

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

DIPLOMSKI RAD

**DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE
OSIGURAVAJUĆIH I REOSIGURAVAJUĆIH
DRUŠTAVA U BOSNI I HERCEGOVINI**

Mentor:

doc. dr. sc. Ivana Dropulić

Student:

Doris Turić

Broj indeksa: 2150891

Split, listopad, 2017.

SADRŽAJ DIPLOMSKOG RADA:

1. UVOD.....	4
1.1. Problem istraživanja	4
1.2. Predmet istraživanja	5
1.3. Istraživačka pitanja.....	6
1.4. Ciljevi istraživanja	6
1.5. Metode istraživanja.....	7
1.6. Doprinos istraživanja	8
1.7. Struktura diplomskog rada	8
2. TEMELJNE ODREDNICE DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA.....	10
2.1. Definicija pojma društvene odgovornosti.....	10
2.2. Razvoj i trendovi društvene odgovornosti.....	13
2.3. Vrste društvene odgovornosti	15
2.4. Modeli društvene odgovornosti.....	19
2.5. Strategije društvene odgovornosti.....	21
2.6. Područja koja obuhvaća koncept društveno odgovornog poslovanja	22
2.6.1. Ekonomska održivost.....	22
2.6.2. Opredijeljenost poduzeća za stratešku primjenu DOP-a	23
2.6.3. Radna okolina	24
2.6.4. Zaštita okoliša.....	27
2.6.5. Odnosi na tržištu.....	28
2.6.6. Ulaganje u zajednicu.....	29
2.7. Društveno odgovorno poslovanje u Europi	29
2.8. Društveno odgovorno poslovanje u Bosni i Hercegovini	30
2.8.1. Ekonomski okvir za implementaciju DOP-a u Bosni i Hercegovini	30
2.8.2. Pravni okvir za implementaciju DOP-a u Bosni i Hercegovini	32
2.8.3. Primjeri dobre prakse DOP-a u Bosni i Hercegovini	33
3. OSIGURAVAJUĆA I REOSIGURAVAJUĆA DRUŠTVA	35
3.1. Definicija društava za osiguranje i reosiguranje	35
3.1.1. Poslovi osiguranja.....	36
3.1.2. Poslovi reosiguranja.....	37

3.1.3. Oblik i djelatnost društva	37
3.1.4. Temeljni kapital i dionice.....	38
3.2. Agencija za nadzor osiguranja u Bosni i Hercegovini	38
3.2.1. Status i sjedište Agencije za nadzor.....	38
3.2.2. Ciljevi, obveze i odgovornosti Agencije za nadzor	39
3.2.3. Opće ovlasti Agencije za nadzor	40
4. DRUŠTVENA ODGOVORNOST OSIGURAVAJUĆIH I	
REOSIGURAVAJUĆIH DRUŠTAVA U BiH.....	41
4.1. Osnovni podaci u osiguravajućim i reosiguravajućim društvima	41
4.2. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti.....	42
4.3. Rezultati istraživanja	56
4.4. Usporedba primjene društveno odgovornog poslovanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Bosni i Hercegovini s društvima u Republici Hrvatskoj.	60
5. ZAKLJUČAK.....	63
LITERATURA	66
POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA	69
SAŽETAK	71
SUMMARY.....	72

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Koncept društveno odgovornog poslovanja organizacije odnosi se na sva područja djelovanja organizacije i na sve veze i odnose koje ona uspostavlja u svom poslovanju. U modernom društvu organizacije preuzimaju potpunu odgovornost za svoje aktivnosti i primarni cilj nije im više samo ostvarenje dobiti, već opća korist. To znači da nastup organizacije na tržištu i njeno djelovanje na društvo određuje više čimbenika, među kojima su: proizvodi koje neko poduzeće proizvodi, utjecaji koje vrši svojim poslovanjem na zajednicu i na okoliš, načini zapošljavanja i osposobljavanja, načini na koje kupuje i prodaje na tržištu, dodatno razvijanje kadra te poštivanje ljudskih i radnih prava.

Društveno odgovorno poslovanje je strategija kojom se pri odlučivanju i provođenju aktivnosti, u organizacijama u kojima se stvara vrijednost, uzimaju u obzir gospodarski, ekološki i društveni činitelji. Cilj je učiniti da ono postane dio poslovne kulture i prilagoditi poslovnu strategiju, kako bi se zadovoljile potrebe svih sudionika.

Zbog gospodarskih i socijalnih pritisaka, u posljednjih nekoliko desetljeća raste broj poduzeća koja u svojoj poslovnoj praksi provode koncept društveno odgovornog poslovanja. Takvim načinom djelovanja žele povećati standarde društvenog razvoja, proširiti postojeće suradnje i stvoriti nova partnerstva te ojačati ekonomsku i društvenu koheziju na lokalnoj ili nacionalnoj razini, radi vlastite koristi, ali i koristi cijelog društva.¹

Društveno odgovorno poslovanje je koncept koji nije trošak za organizaciju, već investicija koja će joj na duge staze donijeti koristi. Kompanije se nalaze pred pritiscima i problemima, zbog tržišnih i ostalih kriza kojima su danas izložene. Način rješavanja problema kompanije sve više vide u prihvatanju koncepta društveno odgovornog poslovanja. Danas skoro niti jedan poslovni subjekt ne može biti lišen odgovornosti prema društvu i okolišu. Upravo ekološka komponenta postaje osnovni dio temeljnih pitanja menadžmenta, barem u razvijenim zemljama. U Bosni i Hercegovini postoji premalo tvrtki, koje u punom opsegu

¹Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), ODRAZ, [Internet], raspoloživo na: <http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf>

primjenjuju ovu dimenziju poslovanja, a njenim neuključivanjem dovode u pitanje imidž poslovanja, finansijsku stabilnost i budućnost tvrtke.

Dok društveno odgovorno poslovanje postaje sve aktualnije područje istraživanja u svijetu, u Bosni i Hercegovini se ovoj temi još ne pridodaje veliki značaj. Uzroci su različiti, među kojima su svakako politika, legislativa i relevantni standardi za koncept društveno odgovornog poslovanja u BiH. Ipak može se primijetiti, da se posljednjih godina prepoznaje uloga održivog razvoja i društvene odgovornosti.²

Istraživanjem poslovanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Bosni i Hercegovini utvrdit će se primjenjuju li oni društveno odgovorno poslovanje i koja je njihova praksa izvještavanja o tome na njihovim internetskim stranicama.

1.2. Predmet istraživanja

U suvremenom poslovnom okruženju društveno prihvatljivo poslovanje sve se više integrira u strategiju društava pa će se u ovom radu prikazati zastupljenost tog načina poslovanja u osiguravajućim i reosiguravajućim društvima u Bosni i Hercegovini, te upoznatost ostalih sudionika s poduzetim radnjama.

Predmet istraživanja je 14 osiguravajućih društava u Bosni i Hercegovini od kojih je samo jedno reosiguravajuće društvo. Istražiti će se u kojoj mjeri osiguravajuća i reosiguravajuća društva objavljuju podatke o primjeni društveno odgovornog poslovanja na svojim službenim stranicama, iz koje domene poslovanja najviše objavljuju podatke, kolika je razina indeksa izvještavanja za ovu djelatnost te će se usporedit indeks osiguravajućih društava iz Bosne i Hercegovine sa društvima iz RH.

Analizom prikupljenih podataka istražiti će se šest domena društveno odgovornog poslovanja i 24 pripadajuće aktivnosti o kojoj društva izvještavaju javnost, odnosno aktivnosti koje najviše primjenjuju na temelju indeksa o društveno odgovornom poslovanju. Tim

2. Čatić-Kajtažović, E. (2011): Ekonomski i pravni okvir za implementaciju društvene odgovornosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111773

aktivnostima dodjeljivat će se vrijednosti na temelju indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti koje iznose 0 ili 1 ovisno o tome izvještava li društvo o odgovornoj praksi ili ne.

1.3. Istraživačka pitanja

Empirijskim dijelom rada odgovoriti će se na ključna pitanja:

- U kolikom opsegu osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Bosni i Hercegovini primjenjuju društveno odgovorno poslovanje?
- Izvještavaju li osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Bosni i Hercegovini o društveno odgovornom poslovanju na svojim internetskim stranicama?
- Iz koje domene društveno odgovornog poslovanja osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Bosni i Hercegovini najviše, a iz koje najmanje objavljuju poduzete aktivnosti?
- Koliki je indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti osiguravajućih i reosiguravajućih društava u BiH?
- Imaju li osiguravajuća i reosiguravajuća društva u BiH niži ili viši indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti u odnosu na osiguravajuća i reosiguravajuća društva u RH?

1.4. Ciljevi istraživanja

Strategija društvene odgovornosti poslovanja je imperativ od kojeg će uskoro morati polaziti svaka poduzeća integrirajući ga u svoju poslovnu strategiju i poduzetnički plan. S obzirom na brze promjene u društvu te spajanjem, odnosno suradnjom, između profitnog i neprofitnog sektora djelatnosti ostvaruju se društveni ciljevi koji jačaju poziciju organizacije na tržištu. Pojedinačni trud neće imati nikakvoga smisla ako se u proces odgovorne prakse ne uključi cijelo poduzeće, zajedno s internom i eksternom okolinom pa je cilj ovoga rada pokazati kako su osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Bosni i Hercegovini prihvatila ovaj način poslovanja.

Istraživanjem podataka na internetskim stranicama odgovoriti će se na istraživačka pitanja izvještavaju li i u kolikom opsegu osiguravajuća i reosiguravajuća društva o društveno

odgovornom poslovanju. Na temelju podataka analizirati će se šest domena društveno odgovornog poslovanja unutar kojih se nalaze aktivnosti djelovanja.

Nakon što se utvrdi koliko su osiguravajuća i reosiguravajuća društva aktivna na području društvene osviještenosti, prikazat će se i praksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti (na temelju indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti, kojim će se ocjenjivati svaka pojedina aktivnost). Ako društvo izvještava o navedenoj aktivnosti dodijelit će mu se vrijednost 1, a ako ne izvještava dodijelit će mu se vrijednost 0.

Visina bodova pokazat će koliko osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Bosni Hercegovini izvještavaju o aktivnostima društveno odgovornog poslovanja, o kojoj domeni najviše izvještavaju te će se donijeti zaključak koliko je izvještavanje o društvenoj odgovornosti prisutno u djelatnosti osiguranja. Na kraju će se usporediti indeks izvještavanja osiguravajućih društava iz BiH sa društvima iz RH te će se donijeti zaključak imaju li ona višu ili nižu razinu izvještavanja.

1.5. Metode istraživanja

Metode istraživanja korištene u ovom radu spadaju u opće znanstvene metode. Za potrebe diplomskog rada biti će primijenjene različite metode i načini istraživanja kako u teoretskom tako i u empirijskom dijelu.

U izradi i istraživanju diplomskog rada koristit će se : ³

- *Metoda indukcije* – analizom pojedinih činjenica dolazi se do općeg zaključka.
- *Metoda dedukcije* – deduktivnim načinom zaključivanja se iz općih znanja i stavova izvode posebni stavovi i zaključci.
- *Metoda analize* – raščlanjivanje kompleksnih tvorevina na jednostavnije dijelove ili cjeline kako bi se objasnio problem.
- *Metoda sinteze* – istraživanje i objašnjavanje stvarnosti kroz spajanje jednostavnih elemenata u složenu cjelinu.

³ Zelenika, R. (1998.): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka, str. 323-339.

- *Metoda deskripcije* – jednostavno opisivanje činjenica, procesa, stanja i predmeta u prirodi i društvu te utvrđivanje njihovih veza i odnosa.
- *Metoda komparacije* - postupak utvrđivanja sličnosti ili razlika u ponašanju između istih ili sličnih činjenica, pojava, procesa i odnosa.
- *Metoda klasifikacije* – podjela informacija u posebne kategorije kojom se postiže preglednost.
- *Metoda kompilacije* – postupak preuzimanja rezultata drugih osoba iz njihovih znanstveno-istraživačkih radova, odnosno tuđih zaključaka, stavova i opažanja.

1.6. Doprinos istraživanja

Doprinos istraživanja ovog rada usmjeren je na analizu primjene društveno odgovornog poslovanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Bosni i Hercegovini i na usporedbu istog s društvima u Republici Hrvatskoj.

Prikupljenim informacijama i podacima odgovoriti će se na postavljena istraživačka pitanja kako bi se donio zaključak o primjeni društveno odgovorne prakse u području ljudskih resursa, u području utjecaja na okoliš i prirodne resurse te u području odnosa s lokalnom zajednicom, dobavljačima i partnerima. Također, analizirat će se koliko osiguravajuća i reosiguravajuća društva izvještavaju javnost o društveno odgovornom poslovanju, što će se vrednovati indeksom izvještavanja o društvenoj odgovornosti.

Kako društvena odgovornost postaje jedna od glavnih tema u današnjem poslovnom svijetu, doprinos ovog istraživanja mogao bi biti ujedno koristan i za daljnja istraživanja o društveno odgovornom poslovanju i drugim problemima slične tematike.

1.7. Struktura diplomskog rada

Diplomski rad sastojat će se od pet dijelova.

Prvi dio, uvodni, definira problem i predmet istraživanja, utvrđuju se ciljevi istraživanja, navode se metode, doprinos istraživanju te struktura rada.

Drugi dio diplomskog rada bavi se pojmovnim određenjem društveno odgovornog ponašanja. Daje se opća definicija, ističu se područja koja obuhvaća društveno odgovorno poslovanje,

kratko će se opisati razvoj ovog koncepta kroz povijest, zatim će se navesti modeli, vrste i strategije društvene odgovornosti. Također spomenut će se koncept društvene odgovornosti u Europi te u Bosni i Hercegovini, njegov ekonomski i pravni okvir i navest će se primjeri društava koja su u svoje poslovanje integrirali odgovorno poslovanje.

Treći dio rada se također odnosi na teorijski dio. Definirati će se djelatnost i poslovi osiguravajućih i reosiguravajućih društava, oblik društava i temeljni kapital. Objasniti će se i rad Agencije za nadzor osiguranja, ciljevi i odgovornosti, način upravljanja i ovlasti koje ima.

Četvrti dio diplomskog rada je empirijski dio. Prikazati će se opći podatci o osiguravajućim i reosiguravajućim društvima koji su predmet istraživanja. Analizom prikupljenih podataka odgovoriti će se na postavljena istraživačka pitanja i dodijeliti će se ocjena svakoj pojedinoj aktivnosti društvima na temelju indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti.

Zadnji dio obuhvaća zaključak u kojem se iznosi kratki osvrt na cjelokupan rad, provedeno istraživanje i dobiveni rezultati.

2. TEMELJNJE ODREDNICE DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

2.1. Definicija pojma društvene odgovornosti

„Društveno odgovorno poslovanje je koncept u kojem poslovni subjekt odlučuje na dobrovoljnoj osnovi doprinosti boljem društvu i čistijem okolišu, u interakciji s ostalim dionicima.“

Lidija Pavić - Rogošić

U modernom društvu u kojem se vrijednosti vrte oko potrošnje i stjecanja dobiti, a zanemaruje se zajednica, društveni integritet i dobročinstvo, pojam društvene odgovornosti sve više dolazi do izražaja. Razlog tome je što su ljudi ipak društvena bića i nikakav materijalizam ne može iskorijeniti ljudsku potrebu za društvom i sudjelovanjem u stvaranju nečega dobrog. Postojanje svijesti i potrebe za društvenom odgovornošću čini da pod pritiskom javnosti koncept društveno odgovornog poslovanja sve više dobiva na važnosti i postaje sastavni dio poslovnih procesa.⁴

Premda ne postoji jedinstvena definicija društveno odgovornog poslovanja, bit tog koncepta je svugdje jednaka. U nastavku slijede definicije pojma društvene odgovornosti nekoliko autora.

Grbac definira „društveno odgovorno poslovanje kao primjenu poslovanja u procesu realizacije društvenih ciljeva koji kao temeljno ili pak izvedeno ishodište nemaju prvenstveno dobit, već zadovoljenje potreba koje imaju općedruštveni ili/i socijalni karakter.“⁵

Hubak smatra da „društveno odgovorno poslovanje predstavlja koncept poslovanja orijentiran na razmjenu vrijednosti između organizacija i interesno-utjecajnih skupina među kojima, kroz međusobni utjecaj, postoji direktna povezanost.“⁶

⁴Vrdoljak Raguž, I., Hazdovac K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: <http://hrcak.srce.hr/130001>

⁵Grbac, B. (2005): Osvajanje ciljnog tržišta, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, str. 339.

⁶Hubak, D.M. (2010): Marketinška dimenzija DOP-a, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: <http://hrcak.srce.hr/136961>

Keller i Kotler smatraju da „društveno poslovanje povezuje doprinos tvrtke određenom društvenom cilju s izravnim ili neizravnim sudjelovanjem klijenata u transakcijama s tvrtkom koje donose zaradu.“⁷

Krkač definira praksu odgovornog poslovanja „kao obvezu svih koji posluju uz cilj da maksimiziranjem profita maksimiziraju i pozitivan utjecaj svog poslovanja na društvo, a minimiziraju negativan utjecaj“.⁸

Bebek i Kolumbić DOP definiraju kao „vrstu poslova koju obavljamo za druge, i to s ciljem pribavljanja koristi i za druge i za izravne ili neizravne koristi za nas same, odnosno matičnu organizaciju, i to tako da isto radimo pravilno odnosno u skladu s prirodom bitka.“⁹

Kenneth R. Andrews društvenu odgovornost definira kao „inteligentnu i objektivnu brigu za dobrobit društva što ograničava ponašanje pojedinaca i korporacija od krajnje destruktivnih aktivnosti, bez obzira koliko one brzo bile profitabilne te vodi u smjer pozitivnih doprinosa dobru ljudi, što može biti definirano na različite načine“.¹⁰

S obzirom da različiti ljudi različito tumače akcije koje doprinose društvenoj odgovornosti, definirana su pravila koja bi pomogla u jednakom vrednovanju tih aktivnosti.

Tablica 1: Deset zapovjedi društvene odgovornosti poduzeća

Deset zapovjedi društvene odgovornosti poduzeća
<ol style="list-style-type: none">1. Poduzmi korektivne akcije prije nego što se to izričito zahtijeva.2. Radi s građanima i društvenim grupama na rješavanju zajedničkih problema.3. Radi na uspostavljanju industrijskih standarda i propisa.4. Javno priznaj svoje greške.5. Uključi se u prikladne socijalne programe.6. Pomozi u rješavanju problema okoline.7. Prati promjene u društvenoj okolini.8. Uspostavi i poštuji korporacijska pravila ponašanja.9. Prihvati javne standarde o socijalnim pitanjima.10. Nastoj ostvariti profit na stalnoj osnovi.

Izvor: Buble, M.(2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split

⁷ Keller, L.K., Kotler P. (2008) : Upravljanje marketingom, Mate d.o.o., Zagreb, str. 709.

⁸ Krkač, K. (2007): Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, MATE d.o.o./ZŠEM, Zagreb, str.224.

⁹ Bebek, B., Kolumbić, A. (2000): Poslovna etika, Sinergija, Zagreb, str. 9.

¹⁰ Kundid, A. (2012): Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=138611

Osim definicija prema različitim autorima, društveno odgovorno poslovanje pojmovno su definirale i brojne organizacije.

„*Europska komisija* društvenu odgovornost poduzeća promatra kao koncept prema kojem poduzeće na dobrovoljnom principu integrira brigu o društvenim pitanjima i zaštiti okoliša u svoje poslovne aktivnosti i odnose s dionicima (vlasnicima, dioničarima, zaposlenicima, potrošačima, dobavljačima, vladom, medijima i širom javnošću)“.¹¹

„*International Business Leaders Forum* (IBLF) smatra da je društveno odgovorno poslovanje promicanje odgovorne prakse u gospodarstvu koja gospodarstvu i društvu koristi te olakšava ostvarenje društvenoga, gospodarskog, ekološki održivog razvoja maksimirajući pozitivan utjecaj gospodarstva na društvo uz istovremeno svođenje negativnih učinaka na minimum“.¹²

„*Organizacija World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD – Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj) koncept društvene odgovornosti poduzetnika definira kao opredijeljenost gospodarstva da pridonosi održivom gospodarskom razvoju, radeći sa zaposlenicima, njihovim obiteljima, lokalnom zajednicom i cjelokupnim društvom na unapređenju kvalitete života“.¹³

„*Business for Social Responsibility* (BSR - Poslovni svijet za društvenu odgovornost) tumači društveno odgovorno poslovanje kao postizanje komercijalnog uspjeha na način da se poštuju etičke vrijednosti, ljudi, zajednice i prirodni okoliš“.¹⁴

Prema normi ISO 26000 za društvenu odgovornost, koju je definirala Međunarodna organizacija za normizaciju (ISO), društveno odgovorno poslovanje smatra se obavezom organizacije, da svojim poslovnim odlukama i djelovanjem utječe na društvo, okoliš i zaposlenike te ugrađuje u svoju organizacijsku kulturu transparentno i etičko ponašanje, koje

¹¹ Ćorić, G. (2008): Što je društvena odgovornost, Magazin za društveni razvitak Pomakonline, [Internet], raspoloživo na: <http://www.pomakonline.com/content/view/100/60/>

¹² Ćorić, G. (2008): Što je društvena odgovornost, Magazin za društveni razvitak Pomakonline, [Internet], raspoloživo na: <http://www.pomakonline.com/content/view/100/60/>

¹³ Ćorić, G. (2008): Što je društvena odgovornost, Magazin za društveni razvitak Pomakonline, [Internet], raspoloživo na: <http://www.pomakonline.com/content/view/100/60/>

¹⁴ Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2006): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Zagreb: AED – Academy for Educational Development, str. 9.

će pridonijeti društvu u cjelini i ispoštovati očekivanja svih sudionika u poslovnom procesu djelujući po propisima i normama.¹⁵

Bez obzira na različite definicije društveno odgovornog poslovanja, ono što je zajedničko svima je da je koncept društvenog poslovanja nastao kao odgovor na sve zastupljenije društvene i ekološke probleme. Podrazumijeva način djelovanja i pristup poslovanja u kojem se sredstva za proizvodnju dobara koriste na odgovoran način, investiranje u tehnologiju koja nije opasna za okoliš u kojem djeluje, stalno investiranje u ljudski kapital i edukaciju zaposlenika kako bi se osigurao bolji protok informacija u organizaciji, uravnoteženost između rada, obitelji i slobodnog vremena te jednake plaće i sigurnost na poslu.¹⁶

2.2. Razvoj i trendovi društvene odgovornosti

Koncept društveno odgovornog poslovanja u poslovnome svijetu i praksi možda izgleda kao novi pojam, ali on ima dugačku povijest. Potreba za odgovornim poslovanjem prepoznaje se još od pojave brzorastućih profitabilnih kompanija, koje nisu imale pozitivan doprinos za društvenu zajednicu i okoliš. Neodgovorno ponašanje pojedinaca te destruktivne aktivnosti organizacije s gospodarskom krizom, koja je pogodila svjetsku ekonomiju, rezultirale su boljom organizacijom društva, višom razinom obrazovanja stanovništva, razvojem informacijskih tehnologija te većom uključenosti kompanija u pitanje opće dobrobiti društva i okoliša.¹⁷

Nastanak društveno odgovornog poslovanja nema neku određenu vremensku točku pojave, ali smatra se da svoje početke djelovanja u društvu bilježi 60-tih i 70-tih godina 20.stoljeća, naročito u zemljama koje imaju razvijenu poslovnu praksu. Razlog tome je da organizacije nisu mogle opravdati svoje postojanje samo gospodarskim uspjehom već, kako bi sačuvale svoj ugled morale su djelovati na način da se usmjeravaju na širu javnost i djeluju u skladu s interesima ostalih sudionika kako bi u budućnosti izbjegle propuste kao što je pad profita.¹⁸

¹⁵ Bačun, D., Matešić, M., Omazić, M.A. (2012): Leksikon održivog razvoja, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb, str. 60.

¹⁶ Varićak, I., Petračić, M., Brajdić, A., (2012.): Zbornik veleučilišta u Karlovcu, Karlovac, str.64.

¹⁷ Glavočević, A., Radman Peša, A. (2013): Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti, Oeconomica Jardertina, Sveučilište u Zadru, Zadar, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=170022

¹⁸ Tafra Vlahović, M.:Konceptualni okvir društveno odgovornog poslovanja, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=61695

Neki od glavnih vanjskih činitelja koji su utjecali na širenje DOP-a su :¹⁹

- *Razvoj informacijske tehnologije koje vodi prema ekonomiji znanja* – stalni razvoj tehnologije je donio određene promjene u komunikaciji ljudi te napredak u području rada i života općenito, ali još uvijek nije zastupljen kod većeg broja svjetske populacije. Iz tog razloga radi se na podizanju svijesti kod ljudi o važnosti razvoja informatike i tehnologije čime bi se otvorila nova radna mjesta, izbjegla nestabilnost i osiguralo djelovanje ljudi kao jedne cjeline.

Događaji u svijetu	Godina	Evolucija DOP-a
	1983/4	Osnovan Business in the Community (Gospodarstvo u zajednici -BiTC)
Izveštaj Gro Harlem Brundtland	1987	Okrugli stol u Cauxu, osnovan Sustainability
Ujedinjenje Njemačke nakon pada Berlinskog zida	1990	Osnovan je IBLF (The Prince of Wales International Business Leaders Forum - Međunarodni forum poslovnih lidera princa od Walesa)
Sastanak na vrhu u Riu	1991	Oformljena Grupa za gospodarstvo Amnesty Internationala
Shell Brent Spar	1992	Osnovani su World Business Council for Sustainable Development (Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj - WBCSD) i Business for Social Responsibility (Poslovni svijet za društvenu odgovornost - BSR)
Nike / Dječji rad	1995	Osnovan je CSR Europe
Trobilančni koncept	1996	ISO 14000; Svjetski gospodarski forum (WEF) – Odjel za korporativno građanstvo
	1997	SA 8000, Inicijativa za etično trgovanje, Globalna inicijativa za izvještavanje, Svjetska banka – Poslovni partneri za razvoj
	1998	Vlada Ujedinjenog Kraljevstva – postavljen Ministar za DOP Kopenhaski centar (The Copenhagen Centre)
	1999	Globalna Sullivanova načela
	2000	UN-ov Globalni sporazum
Skandali Enron i Worldcom UNDP-ov Sastanak na vrhu o održivom razvoju	2001	Zelena knjiga EU; WEF- Inicijativa za globalno korporativno građanstvo: Promocija europskog okvira DOP-a
	2002	EU - Priopćenje o društvenoj odgovornosti poduzeća (EU Communication Concerning Corporate Social Responsibility - Bijela knjiga)
	2003	UNDP-ovi Milenijski razvojni ciljevi Ekvatorska načela

Slika 1: Evolucija DOP-a

Izvor: Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2006): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Zagreb: AED – Academy for Educational Development

¹⁹ Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2006): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Zagreb: AED – Academy for Educational Development, str.17.

- *Otvaranje novih tržišta i političke promjene* – u modernom društvu dolazi do nestajanja barijera između organizacija i gospodarstava te se stvaraju nova poslovna udruživanja, ulaganja, gradnja virtualnih i mrežnih organizacija pa takve poslovne aktivnosti postaju glavni razlog političkih promjena i vode ka prosperitetu i razvoju.
- *Pojava gospodarstava koja se okreću prema potrošačima* – razvoj tehnologije i informacija omogućio je potrošačima da pritišću organizacije, osobito one koje djeluju na društveno neprihvatljiv način, pa traže od njih da mijenjaju svoje ponašanje i djeluju u skladu s etičkim načelima.
- *Uspon nevladinih organizacija (NVO-i)* – nevladine organizacije su neprofitne organizacije koje dobivaju dio profita od privatnih investitora i kao takve traže od gospodarstva, odnosno tržišnih sudionika, da u svom ponašanju djeluju odgovorno i da im primarni cilj nije samo ostvarenje profita, već i briga o tome kakav utjecaj njihovo poslovanje ima na sve stavke poslovnog procesa.
- *Nedostatak povjerenja u tržišne institucije* – zbog velikih poslovnih skandala poput Enrona, WorldComa i Lehman Brothersa te rastuće korupcije, došlo je do stvaranja nepovjerenja stanovništva prema vlasti i poslovnoj zajednici. Traži se od organizacija i državnih organa zajednička suradnja kako bi se riješili takvi problemi i uredila gospodarska pitanja.

2.3. Vrste društvene odgovornosti

Sudionici tržišta svojim nastupom i načinom poslovanja utječu posredno i neposredno na primarne i sekundarne interesne skupine koje čine potrošači, dobavljači, konkurenti, dioničari, zaposlenici, stručne institucije, mediji, vlasti u zemlji i vlasti u inozemstvu. Taj utjecaj može biti i negativan, što znači da se on mora korigirati, a da se pritom ne mora ugroziti tržišni nastup subjekata. Sama raznolikost i zastupljenost interesnih skupina, pogotovo u vremenu razvijene informacijske tehnologije, omogućava da se tako neprihvatljivo poslovanje brzo registrira i da se ta informacija širi, čime se takvo društvo etiketira i stvara se o njemu loša slika u javnosti.²⁰

²⁰ Grbac, B., Dlačić J., First, I. (2008) : Marketing trendovi, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, str. 88-90.

Kako bi se uvažili interesi i utjecaji interesnih skupina te izbjegle situacije netransparentnog poslovanja, tržišni subjekti razvijaju četiri vrste društvene odgovornosti: *ekonomsku, pravnu, etičku i odgovornost prema zajednici*.

- *Ekonomska odgovornost*

Podrazumijeva konkurentsku prednost poduzeća, koja se ostvaruje stalnim ulaganjima u poslovanje i unapređivanje znanja, čime se ostvaruju dugoročni i kratkoročni ciljevi poduzeća. Ti ciljevi naravno podrazumijevaju ostvarivanje dobiti i stalno povećavanje profita, koji zapravo i je primarna svrha postojanja tržišnog subjekta, a postiže se na način da se zadovoljavaju potrebe potrošača, prate njihove želje i odgovara na njihove zahtjeve.²¹

- *Pravna odgovornost*

Propisima i zakonima, koje donose organi državne vlasti, uređuju se odnosi na tržištu i definiraju pravila ponašanja, odnosno kriteriji postupanja tržišnih subjekata. Oni su od interesa za sve sudionike, primjerice zaštita potrošača, zaštita dobavljača, zaštita na radu itd. Obveza tržišnih sudionika je da poštuju ta pravila. U suprotnom oni snose određene kazne za neprihvatljivo ponašanje, najčešće novčane kazne, iako je kod težih oblika povrede zakona moguća i krivična odgovornost članova uprave.²²

- *Etička odgovornost*

Etičko ponašanje može se objasniti kao utjecaj tržišnih subjekata na zajednicu i okoliš iznad granica koje su donesene pravilnicima, zakonima i propisima, što znači da ova odgovornost nije propisana i nije joj primaran cilj samo ostvarenje profita. Podrazumijeva se da postoji u poduzeću kako bi tržišni subjekt razlikovao neispravno djelovanje od ispravnog. Kako bi razgraničile kako postupati, a kako ne, organizacije donose kodekse etičnog ponašanja.²³

- *Društvena odgovornost prema zajednici*

Društvena odgovornost prema zajednici podrazumijeva djelovanje u skladu s općim društvenim uvjetima te ulaganja u zajednicu i promicanje vrijednosti. To se manifestira kroz donacijske projekte, sponzoriranje društveno vrijednih aktivnosti, promociju sporta,

²¹ Grbac, B., Dlačić J., First, I. (2008) : Marketing trendovi, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, str. 90.

²² Grbac, B., Dlačić J., First, I. (2008) : Marketing trendovi, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, str. 90.

²³ Grbac, B., Dlačić J., First, I. (2008) : Marketing trendovi, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, str. 91.

sponzoriranje kulture i znanja te pomoć socijalno ugroženim skupinama. Takvim načinom djelovanja pridonosi se razvoju zajednice i njenih dijelova, a tržišni subjekt dobiva određenu reputaciju i stječe imidž, što mu pridonosi budućem razvoju i boljem prihvaćanju na tržištu.²⁴

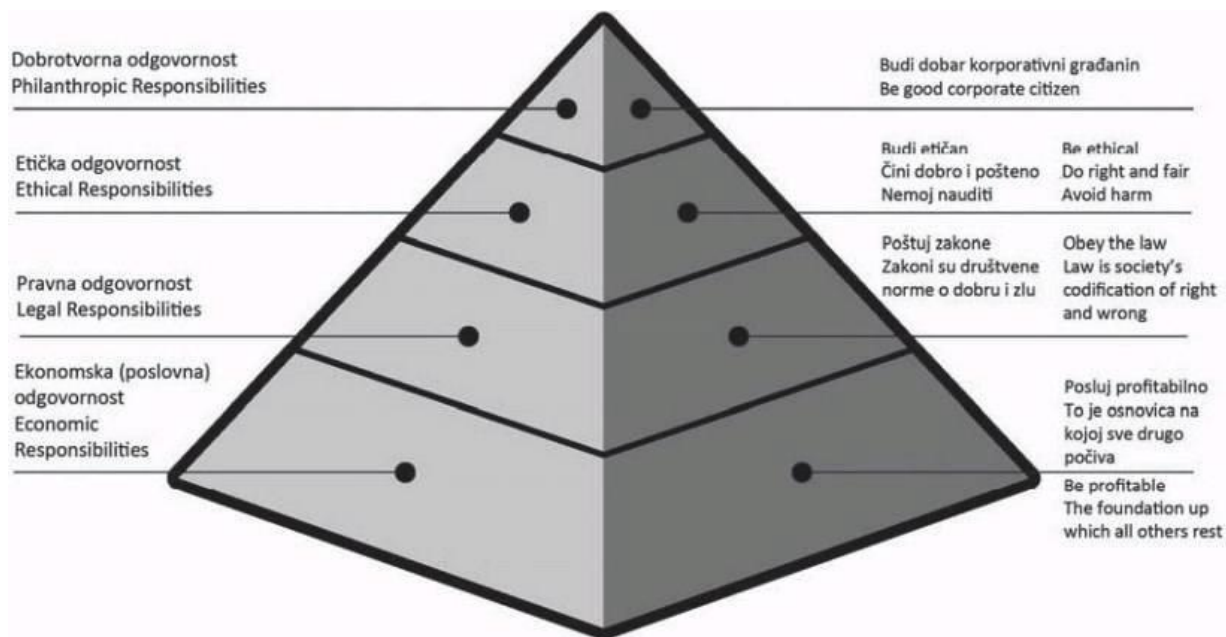


Slika 2: Hijerarhija društvene odgovornosti

Izvor: Buble, M. (2006): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.

U devedesetim godinama 20. stoljeća još je nekoliko autora definiralo vrste društvene odgovornosti. U osnovi su definicije vrlo slične i u glavnom se vežu uz četiri osnovne vrste društvene odgovornosti, koje će biti objašnjene u nastavku. Tako primjerice, profesor Archie B. Carroll, direktor Centra za neprofitne organizacije na poslovnoj školi Terry College of Business, ima svoj koncept nivoa društvene odgovornosti kompanija, koje navodi u obliku “piramide društvene odgovornosti“.

²⁴ Grbac, B., Dlačić J., First, I. (2008) : Marketing trendovi, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, str. 91



Slika 3: Piramida društvene odgovornosti Archiea Carrolla

Izvor: Cerjan-Letica, G. (2010): Piramida profesionalne i poslovne odgovornosti u hrvatskoj stomatologiji, Acta Stomatologica Croatica

Kako se vidi iz slike 3, četiri nivoa društvene odgovornosti kompanije su: ²⁵

- *Ekonomska odgovornost* (eng. Economic Responsibility)

Ekonomska odgovornost govori da je primaran cilj organizacije da posluje profitabilno i da je to temelj na kojem se zasniva sve ostalo.

- *Pravna odgovornost* (eng. Legal Responsibility)

Pravna odgovornost podrazumijeva da organizacije moraju poslovati u skladu sa zakonom i propisima, koje su donijela tijela državne vlasti.

- *Etička odgovornost* (eng. Ethical Responsibility)

Etička odgovornost ne odnosi se samo na poštivanje zakona, već zahtjeva od tvrtke da se ponaša u skladu s etičkim normama koje su donesene u kodeksu.

²⁵ Cerjan-Letica, G. (2010): Piramida profesionalne i poslovne odgovornosti u hrvatskoj stomatologiji, Acta Stomatologica Croatica, 44 (2), Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=84578

- *Filantropska odgovornost* (eng. Philanthropic Responsibility)

Filantropska odgovornost nalazi se na samom vrhu piramide i Carroll smatra da ona obvezuje organizaciju da bude dobar građanin, odnosno da djeluje na dobrobit zajednice u kojoj se nalazi.

2.4. Modeli društvene odgovornosti

Modeli društvene odgovornosti nastali su kako bi menadžeri lakše našli odgovor na pitanje prema kome biti odgovoran u svome poslovanju. Jedina dilema koja se javlja je, je li poduzeće ekonomski subjekt, kojem je glavni cilj ostvariti profit ili djeluje kao socioekonomska jedinica, kojoj je cilj zadovoljiti i društvene i ekonomske ciljeve. S obzirom na usmjerenost prema ciljevima moguće je razlikovati dva modela društvene odgovornosti, a to su:

- stockholder model
- stakeholder model.

Stockholder model

Stockholder model ili klasični ekonomski model smatra da se organizacija nalazi u privatnom vlasništvu i da joj je primarni cilj ostvarenje i povećavanje profita. U takvim organizacijama menadžment djeluje na društveno odgovoran način tako da udovoljava i ispunjava zahtjeve dioničara, dok se društvena odgovornost samog poduzeća ogleda kroz tržišne transakcije i poslovanje.²⁶

Stakeholder model

Stakeholder model ili socioekonomski model smatra da organizacijama nije cilj samo maksimizirati profit, već da u svom poslovanju doprinose cjelokupnoj zajednici. Kupci, dobavljači i zaposlenici čine stakeholdere u užem smislu i o njima ovisi opstanak organizacija. S druge strane postoje pojedinci poput sindikata, konkurenata, vladinih organizacija, koji mogu utjecati na poduzeće, odnosno na njegove odluke i način nastupanja. Zadovoljavanjem tih interesa poduzeće se smatra društveno odgovornim.²⁷

²⁶ Buble, M. (2006): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, str. 100.

²⁷ Buble, M. (2006): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, str. 100.

Tablica 2: Suprotstavljeni modeli poslovanja prema Kreitneru

Ekonomski model (osnovni naglasak na):	Socioekonomski model (osnovni naglasak na):
Proizvodnja	Kvaliteta života
Eksploatacija resursa	Očuvanje resursa i sklad s prirodom
Tržišno utemeljenje	U nekim područjima društvena kontrola tržišnih odluka
Ekonomski povrat resursa	Uravnoteženi ekonomski i društveni povrat resursa
Individualni interesi	Zajednički interesi: ljudi rade u međuovisnom sustavu koji zahtjeva koordinaciju
Mala uloga države	Aktivna uloga države

Izvor: Buble, M. (2006): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.

Zbog različitih stajališta o društvenoj odgovornosti, u ova dva modela ističu se četiri argumenta za i četiri argumenta protiv društvene odgovornosti, a to su:²⁸

Argumenti ZA:

1. *Poduzeće je uključeno u društvena pitanja.* Poduzeće svojim djelovanjem i nastupom na tržištu može biti krivac za društvene probleme jednako kao i rješenje.
2. *Poduzeće raspolaže resursima koji mogu pomoći u rješavanju društvenih problema.* Poduzeće s resursima kojima raspolaže može doprinijeti rješavanju društvenih problema ili njihovom smanjenju.
3. *Bolje društvo je ujedno i bolja okolina u kojoj poduzeće djeluje.* Ulaganjem u zajednicu u kojoj poduzeće djeluje može se osigurati i povećati profit na duže staze.
4. *Svjesna društvena odgovornost ne traži vladinu intervenciju.* Ako poduzeća ne postupaju u skladu sa zakonima ili traže neke rupe kako bi zaobišle zakone onda država mora intervenirati, kao što je to učinila zakonom protiv trustova, zakonom o jednakim pravima pri zapošljavanju te zakonom o kontroli zagađenosti.

Argumenti PROTIV:

- *Povećavanjem profita osigurava se razumna upotreba društvenih resursa.* Potrošači su ti koji odlučuju o alokaciji resursa prilikom kupnje.

²⁸ Buble, M. (2006): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, str. 101.

- *Primaran cilj poduzeća je ostvarenje profita, a ne ostvarenje društvenih ciljeva.* Smatra se da svako odmicanje menadžera od ideje ostvarivanja ekonomskih ciljeva ne vodi u prosperitet i maksimiziranje bogatstva.
- *Poduzeća već imaju veliku slobodu i snagu.* Organizacije već imaju veliki utjecaj na život i rad ljudi pa se smatra da dodatna sloboda u vidu društvenog odlučivanja i nije poželjna.
- *Menadžeri nisu direktno odgovorni narodu jer nisu imenovani od strane njega za tu ulogu.* Tržišni ustroj je zadužen za kontrolu ekonomskih performansa, a ne za kontrolu humanitarno socijalnih performansa.

2.5. Strategije društvene odgovornosti

Kao odgovor na zahtjeve koje postavlja društvo razvijena su četiri tipa strategija: ²⁹

1. Opstruktivna (obstructive) strategija

Poduzeća negiraju odgovornost kako bi zadržala status quo.

2. Defenzivna (defensive) strategija

Poduzeća izbjegavaju preuzimanje dodatnih odgovornosti koristeći zakonska sredstva i marketinške akcije.



Slika 4: Odgovor korporacije na društvene zahtjeve

Izvor: Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split

²⁹ Buble, M. (2006): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, str. 103.

3. Adaptivna (*accommodative*) strategija

Poduzeće prihvaća, često pod pritiskom, društvenu odgovornost za svoje akcije, pokušavajući ispuniti ekonomsku, pravnu i etičku odgovornost.

4. Proaktivna (*proactive*) strategija

Poduzeće preuzima vodstvo u društvenim pitanjima definiranjem programa društvene odgovornosti.

2.6. Područja koja obuhvaća koncept društveno odgovornog poslovanja

2.6.1. Ekonomska održivost

Ekonomska održivost podrazumijeva utjecaj koji poduzeće ima na lokalnu zajednicu u okviru ekonomskog utjecaja. Pri tome se misli na pozitivne utjecaje na zajednicu u kojoj posluje, a vrednuje se kroz nekoliko kriterija:³⁰

- prvi kriterij svakako čini **izravno stvorena i distribuirana vrijednost**, koju čine prihodi poduzeća i distribuirane vrijednosti isplaćene davateljima kapitala, različita ulaganja u zajednicu te svi oblici isplata kojima se ostvaruje ekonomski poticaj zajednice, među kojima su isplate radnicima i vladi.
- Drugi kriterij čine **financijske posljedice i različiti rizici unutar djelatnosti organizacije uvjetovani klimatskim promjenama**. Zbog promjene klimatskog sustava (kao što su česte i jake oluje, promjene razine mora, temperature, dostupnost vode, koja može dovesti i do zdravstvenih posljedica) organizacije se mogu suočiti s fizičkim rizicima, čak i potrebom za premještanjem poslovanja.
- Sljedeći važan kriterij je **omjer početne plaće po spolu i lokalne minimalne plaće**. Ovaj pokazatelj ukazuje na doprinos organizacije ekonomskom blagostanju zaposlenika, pokazuje konkurentnost plaća organizacije i omogućuje procjenu učinka plaća na lokalno tržište rada.
- Za procjenu mjere zapošljavanja lokalnog kadra u menadžmentu poduzeća važan je i **kriterij udjela višeg menadžmenta zaposlenog iz lokalne zajednice u važnim mjestima poslovanja**. Naravno da privlačenje višeg menadžmenta iz lokalne zajednice (osiguravanje radnih mjesta, isplata plaća i poreza) može koristiti toj zajednici, unaprijediti ljudski kapital, ali i osposobiti organizaciju za razumijevanje

³⁰ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 39.

lokalnih potreba.

- Organizacija na ekonomiju može utjecati **ulaganjima u infrastrukturu i usluge**. Time istodobno pomaže zajednici, ali i unapređuje osnovne čimbenike proizvodnje potrebne za vlastitu konkurentnost.
- Važan dio ekonomskog utjecaja organizacije u kontekstu održivog razvoja su i **neizravni ekonomski utjecaji**. Oni mogu ukazivati na područja mogućeg rizika za ugled organizacije, ali i na prilike za proširenje tržišta.
- Potpora lokalnim organizacijama u dobavljačkom lancu organizacija može pomoći u dodatnom ulaganju u lokalno gospodarstvo. Ovo je također važan kriterij ekonomske održivosti jer pridonosi stabilnosti lokalnog gospodarstva i održanju odnosa u zajednici.

2.6.2. Opredijeljenost poduzeća za stratešku primjenu društveno odgovornog poslovanja

Odgovornost i izvještavanje o društveno odgovornom poslovanju ili održivom razvoju na razini uprave pokazatelj je ozbiljnosti poduzeća u primjeni i bavljenju tim temama. To se očituje u primjeni DOP-a u strateškim dokumentima, ne samo kroz vizije poduzeća, već i kroz operativne dokumente provođenja aktivnosti planovima, ciljevima, odgovornim osobama i odjelima te budžetskim sredstvima koja će osigurati provedbu tih planova.³¹

Sustavna procjena svih odluka s aspekta DOP-a također omogućuje organizaciji da stekne uvid u sve negativne i pozitivne utjecaje na lokalnu zajednicu. Procjenom se također određuju prioriteti i usmjerava pozornost organizacije kod donošenja strateških poslovnih odluka (ekonomskih, društvenih, ekoloških) u svrhu dobrobiti zajednice te se zadržavaju i pokreću nove poslovne djelatnosti.³²

Nadalje, sustavnim praćenjem reputacije poduzeća stvara se prije svega lojalnost kupaca i potrošača, ali se i dobivaju važne informacije o pravodobnom reagiranju na moguće rizike koji bi mogli štetiti poslovanju. Još jedan pokazatelj ozbiljnosti pristupa poduzeća DOP-u i namjere da prati, mjeri i upravlja svojim nefinancijskim učincima je i postojanje programa

³¹ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 41.

³² Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 41.

DOP-a i programa upravljanja nekim njegovim aspektima .³³

2.6.3. Radna okolina

Područje radne okoline obuhvaća pet područja: odgovornu politiku zapošljavanja, odgovarajuće plaće i beneficije (vrednovanje rada), ulaganje u obrazovanje i zapošljivost, kvalitetu i sigurnost radnih uvjeta te suradničku organizacijsku klimu.

- **Odgovorna politika zapošljavanja**

Nepostojanje diskriminacije unutar poduzeća i njegova otvorenost prema obrazovanim i kvalitetnim zaposlenicima, bez isključivanja ili preferiranja pojedinih stavki (kao što je spol), najbolje pokazuje **udio žena u menadžmentu i zapošljavanje teško zapošljivih skupina**. Rezultati Indeksa DOP-a pokazuju da je kod poduzeća u kojima je zaposlen veći udio žena u menadžmentu ostvaren bolji ukupan rezultat u primjeni društvene odgovornosti, ali i bolji financijski rezultati poslovanja. Otvorenost prema posebnoj skupini zaposlenika omogućuje stvaranje kvalitetnijih i kreativnijih timova sposobnih za bolja rješenja, što im donosi prednost u odnosu na konkurenciju. Za posjedovanje kvalitetnog radnog kadra jedna od bitnih kategorija politike odgovornog zapošljavanja je i omogućavanje **cjeloživotnog učenja**, koje stvara motiviranu radnu snagu i postojanost na tržištu. Jedan od pokazatelja odgovorne politike zapošljavanja je i redovitost isplata plaća, koji se ne nalazi na smjernicama za uvođenje DOP-a, ali je uvršten u Indeks DOP-a, zbog, nažalost, velikog broja slučajeva nepravovremenih isplata.³⁴

- **Odgovarajuće plaće i beneficije – vrednovanje rada**

Spremnost poduzeća da svojim zaposlenicima pruži svu potrebnu sigurnost i zaštitu prava pokazuje **otvorenost za sindikalno organiziranje i formiranje kolektivnih ugovora**. Osim ovog kriterija, osnovni kriteriji ovog područja su i **povezanost formalnog sustava evaluacije rada i poslovne uspješnosti s nagrađivanjem zaposlenika**. Ocjenjivanje zaposlenika s obzirom na zajedničke ciljeve zaposlenika pomaže njegovom osobnom razvoju i stjecanju vještina. Rezultati evaluacije te poslovna uspješnost zaposlenika moraju biti osnova za nagrađivanje zaposlenika, čime se ostvaruje suradnička klima te transparentnost odabira

³³ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 41.

³⁴ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 42.

najsposobnijih.³⁵

- Ulaganje u obrazovanje i zapošljivost

Ključan element za razvoj poslovne organizacije je i **educiranje**, odnosno proširivanje znanja zaposlenika, koje pridonosi motivaciji na osobnoj i organizacijskoj razini. Cilj cjeloživotnog obrazovanja je promicanje znanja i sposobnosti koje svakoj osobi omogućava prilagodbu promjenjivom tržištu rada i sudjelovanje u svim područjima gospodarskog života.

Prosječan izdatak za obrazovanje po zaposleniku, u što osim formalnih troškova spada i trošak seminara i treninga, jednostavan je pokazatelj koliko je godišnje ulaganje u obrazovanje zaposlenika. Što se tiče prikaza troškova preporuča se odvojen prikaz za različite kategorije u svrhu dokazivanja da pravo na dodatno obrazovanje imaju sve kategorije zaposlenika, a ne samo srednji i viši menadžment.

Još jedan dokaz o pozitivnom odnosu prema zaposlenicima je i postojanje **osobnih planova profesionalnog razvoja** koji se sastavljaju na temelju iskaza interesa samih zaposlenika i mogućnosti financiranja poslodavca. Planirajući svoju poslovnu karijeru i osobni razvoj zaposlenik se motivira, stvara osjećaj sigurnosti i lojalnosti prema poslodavcu.

Svoju predanost DOP-u poduzeće iskazuje i educiranjem svojih zaposlenika i o njemu. Općenito, ulaganje u obrazovanje i kompetencije utječe, dakle, na status i napredak zaposlenika.³⁶

- Kvaliteta i sigurnost radnih uvjeta

Uvođenje sustava zaštite na radu pokazuje brigu poduzeća za sigurnost zaposlenika. Na području zaštite zdravlja poduzeće može, ako želi, uvesti zaposlenicima i dodatne pogodnosti. Bilo da je riječ o boljim uvjetima za rad u vidu ergonomske opreme, dodatnih zdravstvenih pregleda, kvalitetnijih uređaja, sigurni radni uvjeti zasigurno pridonose motiviranosti i zadovoljstvu zaposlenika, a samim time smanjenju broja izostanka s posla i smanjenju troškova poduzeća.³⁷

- Suradnička organizacijska klima

Kvaliteta radne sredine vrlo je važan čimbenik za postizanje motiviranosti, zadovoljstva i

³⁵ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 43.

³⁶ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 43.

³⁷ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 45.

inovativnosti zaposlenika. Uvođenjem upravljanja putem ciljeva (MBO, *Menagmet by objective*), koje podrazumijeva veću slobodu zaposlenika pri planiranju poslova i slobodnog vremena, postiže se bolja radna klima. Ako zaposlenik ima fleksibilnost da sam uspostavlja ravnotežu između rada i privatnog života, njegovi rezultati u ostvarivanju poslovnih ciljeva svakako će biti više zadovoljavajući. **Razmjena informacija** i podataka unutar poduzeća, također utječe na bolju suradnju timova, iskoristivost kapaciteta i bolje donošenje odluka. **Raznovidnost zaposlenika unutar organizacije s jednakim mogućnostima te jednakost plaćanja za rad jednake vrijednosti** (npr. česta diskriminacija ženske radne snage u odnosu na mušku) isto tako podiže ugled organizacije. Sam proces zapošljavanja radnika potrebno je voditi sukladno zakonu i ne podupirati bilo koji oblik zapošljavanja na crno (prijava radnika na minimalnu plaću i sl.), koji je nažalost široko rasprostranjen u manjem i srednjem poduzetništvu. U slučaju viška radne snage, pružajući pomoć zaposlenicima u pronalaženju novog posla, organizacija ostavlja dojam sigurnosti radnoj snazi, ali i osobnu mogućnost privlačenja kvalitetne radne snage potrebnog profila.³⁸

- Ljudska prava

Ljudska prava podrazumijevaju nediskriminaciju bilo kojeg oblika, jednakost spolova, kolektivno pregovaranje, slobodu udruživanja, prava autohtonoga stanovništva, prisilni i obavezni rad te dječji rad. Temeljni dokument ljudskih prava jest Povelja Ujedinjenih naroda koju čine tri instrumenta: *Opća deklaracija o ljudskim pravima* iz 1948. godine, konvencija UN-a *Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima* iz 1966. godine i konvencija UN-a *Međunarodni pakt o ekonomskim, društvenim i kulturnim pravima* iz 1966. Osim ova tri ključna instrumenta, međunarodni okvir za ljudska prava podupire i osamdeset drugih instrumenata koji se kreću u rasponu od deklaracija do ugovora i konvencija. Organizacije mogu utjecati na širok raspon ljudskih prava, a kao kriterij bitnosti trebale bi uzeti u obzir sva prava. Za poslovni sektor najvažnija su UN-ova opća načela za poslovni sektor o ljudskim pravima, koja detaljno tumače obaveze poslovnog sektora u sprečavanju ljudskih prava. Analiza zakonski obaveza jedan je od mogućih pokazatelja za praćenje ovog područja. Osim državnih, analiza treba sadržavati i međunarodne dokumente, povelje i konvencije i biti temelj za izradu vlastite politike koju bi trebalo imati svako društveno odgovorno poduzeće. **Politika poduzeća** naravno mora preuzimati određene odgovornosti za praćenje i sprečavanje kršenja

³⁸ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 45.

ljudskih prava i imati procese sukladne veličini i okolnostima. U poduzeću mora postojati **formalni sustav za primanje pritužbi zaposlenika** na moguća kršenja ljudskih prava. **Mjerenjem i izvještavanjem o ljudskim pravima** pruža se uvid u kojoj mjeri poduzeće uzima u obzir ljudska prava kod donošenja odluka o mjestu poslovanja. Također, **dubinskom analizom poslovanja poslovnih partnera** može se na vrijeme spriječiti ili ublažiti ugovor ili neki drugi sporazum, ako se utvrdi da se u bilo kojoj mjeri politika partnera kosi s poštivanjem ljudskih prava. Zaključno, poduzeća bi trebala poštovati ljudska prava u svim svojim aktivnostima i odnosima prema drugima.³⁹

2.6.4. Zaštita okoliša

Svaka odluka i aktivnost poduzeća, bez obzira na to gdje se ono nalazilo, uvijek utječe i na okoliš. Upotrebom određenih resursa, stvaranjem otpada i zagađivanjem u prirodi može dovesti do osiromašenja i nestanka staništa, klimatskih promjena, nestanka vrste pa čak i do propasti cijelog ekosustava i propadanja ruralnih i urbanih naselja. Kako bi se to smanjilo i spriječilo, poduzeće treba usvojiti pristup koji će uzeti u obzir izravne i neizravne ekonomske, društvene, zdravstvene i okolišne posljedice njegovih odluka i aktivnosti. Osnovni dokument kojim poduzeće definira svoju odgovornost za rizike, utjecaje i ciljeve jest politika zaštite okoliša.⁴⁰

Ako je **upravljanje okolišem dio integralnih poslovnih planova** poduzeća, ono pokazuje da uzima utjecaj na okoliš kao jedan od osnovnih kriterija kod donošenja poslovnih odluka. **Izdvajanje odgovarajućih financijskih sredstava** za ublažavanje utjecaja na okoliš i njegovu zaštitu također su vrlo bitni. Ako se uspostavi **cjelovit sustav za praćenje troškova**, poduzeće lakše procjenjuje učinkovitost svojih okolišnih inicijativa. Što je odgovornost za okoliš dodijeljena kategoriji zaposlenika s višim stupnjem odgovornosti, to je DOP bolje integriran u poduzeću. Praćenje utjecaja na okoliš zakonski je propisano. Prihvatanje odgovornosti za učinke na okoliš očituje se mjerenjima i evaluacijom i može se tumačiti kao društvena odgovornost. Sukladno dobivenim rezultatima evaluacija poželjna je izrada planova

³⁹ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 46.

⁴⁰ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 48.

poboljšanja, odnosno smanjenja utjecaja na okoliš koji su detektirani mjerenjima.⁴¹

Prema rezultatima Indeksa DOP-a, poduzeća koja odgovornost za okoliš imaju jasno definirana radnim mjestom imaju bolje poslovne rezultate i rezultate u primjeni društvene odgovornosti. **Potrošnja energije i vode te upravljanje otpadom** izravno utječu na očuvanje globalne baze resursa, ali i na troškove poslovanja, zato je važno poduzimanje mjera za njihovo smanjenje. Neke od metoda smanjenja utjecaja su: **energetska učinkovitost** (potrebno je provesti program kako bi se smanjila potreba za energijom za zgrade, prijevoz, proizvodne procese i dr. svrhe), **procjena životnog ciklusa** (smanjiti utjecaj proizvoda i usluga na okoliš i poboljšati njihov socioekonomski utjecaj tijekom cijelog životnog ciklusa) i **komunikacija povezana s odnosom prema zaštiti okoliša** (objasniti metode i ciljeve zaštite, dopustiti sudjelovanje zainteresiranih sudionika u odabiru ključnih aspekata, transparentnost iskaza kako bi se u slučaju neželjenih događaja ublažila osuda javnosti i drugi oblici štete).⁴²

2.6.5. Odnosi na tržištu

Odnosi na tržištu grade se kroz korektne odnose i stjecanje povjerenja te poštivanje želja i potreba partnera, dobavljača i potrošača. Stvaranje partnerstva trebalo bi rezultirati fer cijenama, poštivanjem rokova izrade i dobave te kvalitete proizvoda i usluga. Na taj se način može postići DOP u cijelom dobavljačkom lancu. Svojim odlukama o nabavi i kupnji poduzeće na druge organizacije također može utjecati etičnim ponašanjem prema dobavljačima i ulaganjem u rast kvalitete dobavljača. Što se tiče zadovoljstva kupaca, očekuje se da proizvodi i usluge na zadovoljavajući način ispunjavaju predviđenu funkciju te da ne predstavljaju rizik za zdravlje i sigurnost. Pridržavanjem zakonskih propisa kod označavanja proizvoda, točnim i transparentnim oglašavanjem, primjenom korektnih metoda prodaje, zaštitom prava potrošača i osobnih podataka pomaže se utvrditi postojanje i opseg sustava bavljenja zaštitom zdravlja i sigurnosti tijekom cjelokupnog životnog ciklusa proizvoda ili usluge.⁴³

⁴¹ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 48.

⁴² Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 48.

⁴³ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 52.

2.6.6. Ulaganje u zajednicu

Ključni element kod upravljanja utjecajima na ljude je svakako komunikacija s predstavnicima lokalnih zajednica. Na temelju dobivenih informacija prilikom takvih konzultacija poduzeće kreira i programe financijske potpore. Ukupan iznos koji poduzeće donira neprofitnom sektoru mjeri se u postotku u odnosu na prihode. Važno je naravno da poduzeća istaknu koje tematske cjeline i projekte podupiru. Donacije koje imaju strateška obilježja i koja se bave zajedničkim rješavanjem društvenih problema, najvrednije su. Osim doniranja novčanih sredstava poduzeća mogu donirati robu, stručnu pomoć ili čak radno vrijeme svojih zaposlenika za rad na projektu koji je društveno koristan. Nakon provedbe projekta važno je provesti evaluaciju učinka kako bi se korigirali budući planovi.⁴⁴

2.7. Društveno odgovorno poslovanje u Europi

Ukidanjem ograničenja između protoka ljudi, roba, usluga i informacija te reintegracijom Europe dolazi do toga da standardi ponašanja poduzeća postaju univerzalni, a uloga društveno odgovornog poslovanja dolazi sve više do izražaja, pogotovo u procesu tranzicije. Kao osnova novouvedene politike koja daje definiciju društveno odgovornog poslovanja i akcija koje se trebaju poduzeti izdaje se *Zelena knjiga*, a nedugo nakon nje i *Bijela knjiga* koja detaljnije daje smjernice o unapređenju društveno odgovornog poslovanja, upravljanju njime te uvođenju dobrih praksi. One, dakle, označavaju europski okvir djelovanja na području DOP-a.⁴⁵

Primjenom ovog načina poslovanja i njegovom sve većom zastupljenošću prepoznaje se potreba državne intervencije te stvaranje zakonodavnog okvira, kako bi se osiguralo promicanje svih sastavnica društveno odgovornog poslovanja. Tako se u nekim državama prihvaća zakon koji promiče društveno odgovornu proizvodnju. Od poduzeća se zahtjeva da izrađuju trobilančne izvještaje, odnosno da sastavljaju izvještaje koji sadrže informacije o društvenim, ekološkim i gospodarskim posljedicama svoga djelovanja. Neke zemlje uvode

⁴⁴ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 54.

⁴⁵ Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2006): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Zagreb: AED – Academy for Educational Development, str.26.

nove funkcije ministara, poput onog ministra za društveno odgovorno poslovanje u Ujedinjenom Kraljevstvu ili ministra za održivi razvoj u Francuskoj.⁴⁶

Bez obzira na sve veću primjenu odgovornog poslovanja radi se na tome da se poveća obujam aktivnosti društveno odgovornog poslovanja i da se podigne razina svijesti kako bi koncept postao još više prihvaćen, jer bez obzira što statistike govore o zastupljenosti takvog poslovanja, u više od 400 poduzeća diljem srednje i istočne Europe još uvijek postoje razna ograničenja i problemi. Problemi se ogledaju u vidu sve jače konkurencije na širem europskom i svjetskom tržištu koja uzrokuje promjene u gospodarstvu i drugim sektorima društva. Kako bi se suočili s tim izazovima radi se na sljedećim segmentima:⁴⁷

- jača se sustav obrazovanja koji bi više odgovarao potrebama svijeta rada,
- teži se razvoju poduzetničke klime, pogotovo za stanovništvo koje je školovano i za koje postoji mogućnost samozapošljavanja i pokretanja djelatnosti koje osiguravaju rast za gospodarstvo,
- prate se aktivnosti poduzeća, kako bi se osiguralo da ono posluje na primjeren i odgovoran način prema zajednici u kojoj djeluje,
- radi se na tome da društvo koje ima potrebu za poboljšanjem svojih sposobnosti postane aktivno, lagano kritično prema demokratskim procesima i da se osigura postojanje društvene sigurnosti.

2.8. Društveno odgovorno poslovanje u Bosni i Hercegovini

2.8.1. Ekonomski okvir za implementaciju DOP-a u Bosni i Hercegovini

Bosna i Hercegovina je država koja se nalazi u jugoistočnom dijelu Europe i uređena je kao federativna država sa dva entiteta – Federacija Bosne i Hercegovine i Republika Srpska te Brčko distrikta. Ekonomski ciljevi ove države jesu makroekonomska stabilnost, konkurentnost na vanjskom tržištu, porast zaposlenosti, članstvo u Europskoj uniji te implementacija društveno odgovornog poslovanja.⁴⁸

⁴⁶ Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2006): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Zagreb: AED – Academy for Educational Development, str.27.

⁴⁷ Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2006): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Zagreb: AED – Academy for Educational Development, str. 27.

⁴⁸ Ćatić-Kajtazović, E. (2011): Ekonomski i pravni okvir za implementaciju društvene odgovornosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111773

Prije rata na prostoru bivše Jugoslavije ovo je bila jedna od razvijenih zemalja od nekih tranzicijskih, koje su sada članice EU pa ostvarenje svih ciljeva vuče korijene od procesa tranzicije, koji u ovoj državi prati niz problema. Na put razvoju tržišta, po uzoru na zapadnoeuropske zemlje, spriječila se neadekvatno izvršena privatizacija, nerazvijenost finansijskog sektora, nedostatak pravnih reformi i zakonskih propisa, rast nezaposlenosti, gospodarska kriza te korupcija.⁴⁹

Problem korupcije, koja je i jedna od aktivnosti društvenog odgovornog poslovanja, je posebno izražen, što govore i podatci prema kojima je BiH svrstana na 92 mjesto od 180 zemalja svijeta čime je percipirana kao visoko korumpirana. Na primjer, prema procjenama za 2007. godinu više od pola milijarde KM budžetskih sredstava bilo je izgubljeno putem nezakonitih transakcija u procesu privatizacije. Isto tako zlouporabljena je i donatorska pomoć koja je primljena u vrijeme rekonstrukcije poslije ratnih događanja i još uvijek nije utvrđeno gdje su ta sredstva otišla.⁵⁰

O ekonomskom stanju i napretku u državi govore i sljedeće činjenice koje je objavila Europska komisija:⁵¹

- od pojave ekonomske krize smanjuje se ekonomski prosperitet i zemlja upada u recesiju,
- nezaposlenost se stalno povećava iako se u posljednjih par godina bilježi lagani rast,
- povećava se vanjski dug,
- u procesu privatizacije se i dalje ne bilježi nikakav veliki pomak,
- zbog nedostatka pravnih reformi ne razvija se privatni sektor,
- tržišni subjekti nisu skloni riziku pa banke gube svoje klijente, a samim time i burze trpe značajne gubitke,
- sustav obrazovanja se razvija presporo,
- nepotrebno miješanje u tržište od strane države.

⁴⁹ Čatić-Kajtažović, E. (2011): Ekonomski i pravni okvir za implementaciju društvene odgovornosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111773

⁵⁰ Čatić-Kajtažović, E. (2011): Ekonomski i pravni okvir za implementaciju društvene odgovornosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111773

⁵¹ Čatić-Kajtažović, E. (2011): Ekonomski i pravni okvir za implementaciju društvene odgovornosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111773

2.8.2. Pravni okvir za implementaciju DOP-a u Bosni i Hercegovini

Kako u Bosni i Hercegovini postoji nedostatak jedinstvenih pravnih okvira, načela i politika, postoji određeni niz zakona kojima su uređene pojedine aktivnosti društveno odgovornog poslovanja. Da bi ovaj pravni okvir funkcionirao za implementaciju odgovornog poslovanja bitno je da se zakon uskladi kao jedinstveni i da se stvarno primjenjuju stavke koje su navedene u pravilnicima jer sadašnji imaju mnogo propusta.⁵²

Tako odgovornost prema okolišu nije jasno definirana pa pitanje njegove zaštite okoliša pripada entitetima u kojima djeluju njihovi propisi i zakoni:⁵³

1. Pravilnik o zaštiti zraka od zagađivanja, Službeni list BiH, broj: 18/76-812,
2. Pravilnik o posebnom režimu kontrole djelatnosti koje ugrožavaju ili mogu ugroziti radnu sredinu, Službeni list BiH, broj: 2/76-72; 23/76-924; 23/82-938, 26/88-787,
3. Odluka o ratifikaciji Dopune Montrealskog protokola o materijama koje oštećuju ozonski omotač, London 29.06.1990. godine, sa tekstom Dopune, Međunarodni ugovori, Službeni glasnik, broj 8/03.

Što se tiče područja poštivanja radnih prava i zaštite radnika, ono je isto u nadležnosti entiteta. Problem je što se u oba entiteta krše prava zaposlenika, što pokazuju i statistički podatci. Iako sindikalne grupe pokušavaju zaštititi svoje članove, one nisu dovoljno snažne da se suprotstave poslodavcima, koji odbijaju ikakve dogovore s radnicima. Pod izgovorom loše ekonomske situacije i velikih davanja opravdavaju se za premale plaće, neplaćanje prekovremenih sati, neuplaćivanje doprinosa pa to često rezultira štrajkovima. Zadatak države je da zaštiti ekonomska i socijalna prava odnosno uvede propise i mjere za kršenje prava radnika, ali i tu postoje poražavajući podatci koji govore da više od 52% poslodavaca ne poštuje zakon o radu, a čak njih 80% ne isplaćuje radnicima regrese. Što se tiče korporativnog upravljanja u Kodeksu je navedeno, da se pri donošenju poslovnih odluka, osim ekonomske isplativosti

⁵² Ćatić-Kajtazović, E. (2011): Ekonomski i pravni okvir za implementaciju društvene odgovornosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111773

⁵³ Ćatić-Kajtazović, E. (2011): Ekonomski i pravni okvir za implemetaciju društvene odgovornosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111773

poslovanja, u obzir uzima i ekološka i društvena komponenta i zadovoljenje potreba i interesa svih stakeholdera, a ne samo dioničara.⁵⁴

2.8.3. Primjeri dobre prakse DOP-a u Bosni i Hercegovini

U ovom poglavlju navesti će se nekoliko primjera dobre prakse iz poslovanja koje je na svoju listu 2012.godini uvrstila CPCD organizacija iz Sarajeva, koja godinama radi na promociji civilnog društva u Bosni i Hercegovini, mehanizma suradnje između vladinog i nevladinog sektora i dizanju kapaciteta organizacija civilnog društva u BiH i dr. Na listi se nalaze i osiguravajuća društva koja će se istraživati u ovom diplomskog radu, a to su Uniqua osiguranje i ASA grupacija pod čijim je okriljem ASA osiguranje.

ASA GRUPACIJA

Poslovni sistem ASA grupacija je jedna od vodećih organizacija u BiH koja okuplja više od 20 tvrtki, koje su svoje poslovanje započele prodajom automobila. Kasnije se poslovanje proširilo na druge usluge poput bankarskih i finansijskih, usluge osiguranja, poslovnog savjetovanja i marketinga.⁵⁵

Društvena odgovornost u ASA grupaciji očituje se kroz aktivnosti brige za kupce i zadovoljavanje njihovih potreba s kvalitetnim proizvodima i uslugama, osiguravanje okruženja u kojem zaposlenici teže konstantnom napredovanju te brizi o zajednici i okolini u kojoj posluje. Grupacija je i sponzor brojnim kulturnim, sportskim i obrazovnim događanjima te stalno potiče članice grupacije za izdvajanje sredstava. Značajno je partnerstvo s fondacijom Hastor, kojim podržavaju mlade neafirmirane bosanskohercegovačke umjetnike omogućavajući im izlaganje umjetničkih radova i upoznavanje šire javnosti s njihovim radom.⁵⁶

FAVEDA

FAVEDA je tvrtka iz Sarajeva koja se bavi proizvodnjom lijekova, hrane i kozmetike te je društveno odgovorna kroz aktivnosti brige o zajednici, okolišu i zaposlenicima. Briga o okolišu u kojem djeluje očituje se u bilju koje prikupljaju na ekološki čistim planinama, a

⁵⁴ Čatić-Kajtazović, E. (2011): Ekonomski i pravni okvir za implemetaciju društvene odgovornosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111773

⁵⁵ <http://www.sif.ba/index.php?otvori=socijalno&prikazi=dop>

⁵⁶ <http://www.sif.ba/index.php?otvori=socijalno&prikazi=dop>

odgovornost prema zaštiti okoliša potvrđuje i certifikatima. Stalnom edukacijom zaposlenika doprinosi da i kupci budu zadovoljni, osiguravajući im tako informacije o proizvodima i savjete te u svom radu bira odgovorne partnere i koristi kvalitetne sirovine na obostranu sigurnost i korist.⁵⁷

STANIĆ TRADE

Tvrtka Stanić Trade je osnovana 1996. godine u Sarajevu i osnovna djelatnost je prodaja tehnike. Tvrtka je jedan od vodećih lidera u prodaji, a to duguje dobroj organizaciji poslovanja, razvijenoj distribucijskoj mreži, kvalitetnom radnom kadru te praćenju tržišnih trendova kako bi zadovoljila želje kupaca. Aktivnost društveno odgovornog poslovanja se očituje kroz projekt „Humana kupovina“ koji za cilj ima prikupiti novčana sredstva, kako bi se pomoglo socijalno ugroženom stanovništvu u Bosni i Hercegovini.⁵⁸

UNIQA OSIGURANJE

Društvo za osiguranje je osnovano 1997.godine, a u svibnju 2005. godine UNIQA Group Austria, kao jedna od vodećih osiguravajućih grupa u centralnoj Europi i najveće austrijsko osiguranje, prepoznaje kvalitetu na bosanskohercegovačkom tržištu osiguranja. Društvo je orijentirano na prepoznavanje i zadovoljenje potreba klijenata, stalno uvodi nove usluge u svoje poslovanje te je usmjerena na mlađi kadar koji ima tendenciju napredovanja i bržeg učenja.⁵⁹

U svom radu osiguranje je usmjereno i na društveno odgovorno djelovanje pa je već godinama sponzor manifestacije Kid's Festival koji se sastoji od raznih programa, radionica, filmova, predstava i edukativnih sadržaja, koji okupljaju preko 40.000 dječaka i djevojčica iz čitave BiH. Osim toga društvo izdvaja sredstva za humanitarne svrhe kao što je pomoć oboljelima od raka i pomoć njihovim obiteljima, izdvaja sredstva za pomoć osobama s intelektualnim poteškoćama te je i sponzor brojim sportskim događanjima.⁶⁰

⁵⁷ <http://www.faveda.ba/index.php/template/o-favedi>

⁵⁸ <http://www.sif.ba/index.php?otvori=socijalno&prikazi=dop>

⁵⁹ <http://www.sif.ba/index.php?otvori=socijalno&prikazi=dop>

⁶⁰ <http://www.sif.ba/index.php?otvori=socijalno&prikazi=dop>

3. OSIGURAVAJUĆA I REOSIGURAVAJUĆA DRUŠTVA

3.1. Definicija društava za osiguranje i reosiguranje

Osiguranje se počinje razvijati još od vremena kada je čovjek spoznao da se udruživanjem u zajednicu smanjuje količina rizika nego u slučaju kada pojedinac nastupa sam. Odmicanjem od primitivnih oblika samopomoći dolazi do smišljenog prikupljanja sredstava za naknadno pokriće mogućih rizičnih događaja, što zapravo mijenja sam pojam i svrhu osiguranja jer djelovanjem u zajednici lakše je očuvati imovinu, zdravlje i život čovjeka.⁶¹

Osiguranje je način upravljanja rizikom kako bi se smanjili financijski gubitci i brojne opasnosti koje prijete čovjeku i njegovoj imovini. Ono predstavlja ugovor između dvije stranke i prijenos rizika sa osiguranika na društvo za osiguranje, uz plaćanje premije osiguranja.⁶² Osiguratelj je pravna osoba koja na tržištu osiguranja pruža uslugu osiguranja odnosno obavlja poslove osiguranja. On prima uplate od osiguranika u obliku premije te ta sredstva koristi za ulaganja na tržištu kapitala ili novca. Prijenosom rizika na osiguravatelja stvara se određena sigurnost jer osiguranik unaprijed za određeno razdoblje može znati visinu premije koja je dana za određenu zaštitu i tako sa sigurnošću ulazi u svoje financijske planove i razne kalkulacije, kreira portfelj životnih i neživotnih osiguranja.⁶³

Kada definiramo osiguranje kao djelatnost možemo ga promatrati s tri motrišta: ekonomskog, tehničkog i pravnog. Ekonomske definicije iskazuju se ciljevima koji se ostvaruju osiguranjem - zadovoljenje gospodarskih potreba, zaštita čovjeka od svih opasnosti koje mu mogu ugroziti zdravlje, život i imovinu. Tehničko motrište označava preventivno i represivno djelovanje uz pomoć fondova osiguranika kako bi se uspostavila zaštita od rizika. Pravne definicije podrazumijevaju korištenje brojnih pravnih odredbi a u žarište interesa stavljaju ugovorne oblike između ugovaratelja osiguranja i osiguratelja te obveze plaćanja premija i isplate šteta ili osiguranih svota.⁶⁴

⁶¹ Ćurak, M., Jakovčević, D. (2007) : Osiguranje i rizici , RRI F, Zagreb, str. 21.

⁶² http://gsimaster.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=61:pojam-osiguranje&catid=39:osiguranje&Itemid=55

⁶³ Bijelić, M. (2002): Osiguranje i reosiguranje, Tectus, Zagreb, str.26.

⁶⁴ Ćurak, M., Jakovčević, D. (2007) : Osiguranje i rizici , RRI F, Zagreb, str. 22.

3.1.1. Poslovi osiguranja

„ Poslovi osiguranja su sklapanje i ispunjavanje ugovora o neživotnom i životnom osiguranju, osim obveznih socijalnih osiguranja. Poslovi osiguranja su zaključivanje i izvršavanje ugovora o osiguranju i poduzimanje mjera za sprječavanje i suzbijanje rizika koji ugrožavaju osiguranu imovinu i osobe.“⁶⁵

Neživotna osiguranja dijele se na više vrsta osiguranja među kojima su:⁶⁶

- 1) osiguranje od nezgode i zdravstveno osiguranje,
- 2) osiguranje cestovnih, tračnih vozila, zračnih letjelica i plovila,
- 3) osiguranje robe u prijevozu,
- 4) osiguranje od požara i elementarnih šteta,
- 5) ostala osiguranja imovine,
- 6) osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila, zračnih letjelica i plovila
- 7) ostala osiguranja od odgovornosti,
- 8) osiguranje kredita, jamstava, finansijskih gubitaka,
- 9) osiguranje troškova pravne zaštite,
- 10) osiguranje pomoći.

Životna osiguranja dijele se na sljedeće vrste:⁶⁷

- 1) osiguranje života za slučaj smrti i doživljenja (mješovito osiguranje),
- 2) osiguranje za slučaj smrti i za slučaj doživljenja,
- 3) doživotno osiguranje za slučaj smrti,
- 4) osiguranje osobne doživotne rente, osobne rente s određenim trajanjem i ostala rentna osiguranja,
- 5) dodatno osiguranje od posljedica nezgode uz životno osiguranje, dodatno zdravstveno osiguranje uz životno osiguranje i ostala dodatna osiguranja uz životno,
- 6) ostala životna osiguranja.

⁶⁵ Zakon FBiH: Zakon o osiguranju, Službene novine FBiH, čl. 9, str. 100, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

⁶⁶ Zakon FBiH: Zakon o osiguranju, Službene novine FBiH, čl. 9, str. 100, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

⁶⁷ Zakon FBiH: Zakon o osiguranju, Službene novine FBiH, čl. 9, str. 100, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

3.1.2. Poslovi reosiguranja

„ Poslovi reosiguranja obuhvaćaju zaključivanje ugovora o reosiguranju osiguranog viška rizika jednog društva za osiguranje kod drugog društva za reosiguranje.“⁶⁸ To znači da se dio rizika preuzet od osiguravatelja može prenijeti dalje na drugog reosiguravatelja pa na trećeg itd., a sve kako bi se rizik podijelio na više stranki kako bi sustav stabilnije funkcionirao u slučaju da nastanu velike štete.

Poslovi reosiguranja su isključivo u nadležnosti društva za reosiguranja koji su za svoj rad dobili dozvolu od Agencije za nadzor i mogu pružati usluge reosiguranja na cijelom teritoriju BiH. Usluge reosiguranja obuhvaćaju rizike i životnog i neživotnog osiguranja i društvo ih mora obavljati kao isključivu djelatnosti.⁶⁹

Najčešće vrste rizika koje se preuzimaju u reosiguranje jesu:

- prijevoz,
- promet, telekomunikacija i energetika,
- industrija, a posebno informacijska industrija,
- veliki projekti u području prometa, okoliša i drugih sektora,
- financijske usluge.

3.1.3. Oblik i djelatnost društva

Društvo za osiguranje može biti osnovano kao dioničko društvo, koje je upisano u sudski registar i za čiji rad dozvolu izdaje Agencija za nadzor osiguranja Federacije Bosne i Hercegovine. Uključuje obavljanje poslova osiguranja, kao i podružnice društva za osiguranje koje nisu iz Federacije, ali su osnovane ili posluju u Federaciji. Društvo za reosiguranje je isključivo dioničko društvo, koje je kao takvo upisano u sudski registar i za čiji rad dozvolu izdaje Agencija za nadzor za obavljanje poslova reosiguranja.⁷⁰

Društva za osiguranje i reosiguranje u svom poslovanju se moraju pridržavati pravila, koja nalaže struka osiguranja i aktuarska struka te djelovati kao savjesni gospodarstvenici.⁷¹

Društvo može obavljati poslove životnog i neživotnog osiguranja i pojedine vrste osiguranja,

⁶⁸ Zakon FBiH: Zakon o osiguranju, Službene novine FBiH, čl 3, str. 99, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

⁶⁹ Zakon FBiH: Zakon o osiguranju, Službene novine FBiH, čl 12, str. 100, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

⁷⁰ Zakon FBiH: Zakon o osiguranju, Službene novine FBiH, čl 2, str. 98, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

⁷¹ Zakon FBiH: Zakon o osiguranju, Službene novine FBiH, čl 13, str. 101, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

samo ako ima dozvolu od Agencije. Kod poslova iz grupe životnih osiguranja podrazumijevaju se vrste osiguranja od nezgoda i zdravstvenog osiguranja te dopunsko osiguranje poput osiguranja u slučaju invaliditeta, bolesti, nezgoda, smrti zbog nezgode te osiguranje nesposobnosti za rad zbog ozljede.⁷²

3.1.4. Temeljni kapital i dionice

Dionički kapital društva za osiguranje i reosiguranje ne smije biti manji od:⁷³

- 4.000.000,00 KM kod poslova društva s jednom ili više vrsta neživotnog osiguranja (osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila, zračnih letjelica, plovila, ostala osiguranja od odgovornosti i osiguranje kredita).
- 4.000.000,00 KM kod poslova društva s jednom ili više vrsta neživotnog osiguranja (osiguranje od nezgode, zdravstveno osiguranje, osiguranje cestovnih vozila, tračnih vozila, zračnih letjelica, plovila, osiguranje robe u prijevozu, osiguranje od požara i elementarnih šteta, osiguranje raznih financijskih gubitaka, osiguranje troškova pravne zaštite i osiguranje pomoći).
- 2.000.000,00 KM kod poslova društva s jednom ili više vrsta neživotnog osiguranja (ostala osiguranja imovine, osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila, zračnih letjelica, plovila, ostala osiguranja od odgovornosti, osiguranje kredita, jamstava i osiguranje raznih financijskih gubitaka).
- 6.000.000,00 KM ako društvo posluje sa životnim osiguranjem i ako obavlja poslove reosiguranja.

3.2. Agencija za nadzor osiguranja u Bosni i Hercegovini

3.2.1. Status i sjedište Agencije za nadzor

Agencija za osiguranje u Bosni i Hercegovini osnovana je u Sarajevu Zakonom o Agenciji za osiguranje u Bosni i Hercegovini kao samostalna i neprofitna organizacija s javnim ovlaštenjima u okviru svog djelovanja i nadležnosti i za svoj rad odgovara Vladi Federacije Bosne i Hercegovine.⁷⁴

⁷² Zakon FBiH: Zakon o osiguranju, Službene novine FBiH, čl 12, str. 100, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

⁷³ Zakon FBiH: Zakon o osiguranju, Službene novine FBiH, čl 25, str. 104, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

⁷⁴ Zakon FBiH: Zakon o osiguranju, Službene novine FBiH, čl 125, str. 126, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

Osnovni zadaci Agencije za osiguranje u Bosni i Hercegovini su da osigura:⁷⁵

- da između entiteta postoji jedinstveni zakon i da se oni tumače na valjanoj pravnoj osnovi kao i da postoji suradnja između djelovanja agencije za nadzor osiguranja u Federaciji Bosne i Hercegovine i Republici Srpskoj,
- da kroz suradnju s agencijama za nadzor distrikta Brčko i entiteta rješava moguća neslaganja oko tumačenja i primjene zakona te izdaje pismene odluke i mišljenja kako bi se otklonio taj problem,
- da zakon koji je prihvaćen i djeluje među entitetima bude suglasan kako bi se osigurala ravnopravnost svih društava kako u entitetima tako i u distriktu Brčko i ravnopravnost za ugovarače osiguranja i podnositelje odštetnih zahtjeva,
- da zakoni koji se primjenjuju u djelatnosti osiguranja u Bosni i Hercegovini budu usuglašeni sa zakonima osiguranja Europske unije,
- da na vanjskom tržištu osiguranja predstavlja i zastupa Bosnu i Hercegovinu;
- da nadgleda poslovanje te bilježi podatke cijelom tržištu osiguranja u Bosni i Hercegovini.

3.2.2. Ciljevi, obveze i odgovornosti Agencije za nadzor

Agencija za nadzor ima zadatak da nadzire i regulira tržište za opću dobrobit kako bi zaštitila osiguranike i osiguravatelje. Pod regulatornim zadacima, odnosno ciljevima, podrazumijeva se:⁷⁶

- nadziranje rada društava za osiguranje i posrednika u osiguranju te kontroliranje primjenjuju li zakoni i propisi iz djelatnosti osiguranja između sudionika na tržištu osiguranja,
- kontrola od pojave financijskog kriminala, odnosno obavljanja poslova koji nisu u skladu sa zakonom o osiguranju,
- informiranje korisnika o vrstama, prednostima i nedostacima, davanje savjeta i informacija o neživotnom i životnom osiguranju i ostalim ulaganjima u Federaciji Bosne i Hercegovine,

⁷⁵ http://www.azobih.gov.ba/cms/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=7&Itemid=121

⁷⁶ Zakon FBIH: Zakon o osiguranju, Službene novine FBIH, čl 126, str. 126, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

- pomoć i zaštita potrošača s obzirom na uključenost u rizik.

3.2.3. Opće ovlasti Agencije za nadzor

Agencija za nadzor daje dozvolu za rad društvu kako bi ono obavljalo poslove koji su vezani za jednu vrstu osiguranja ili više. U slučaju nepoštivanja pravila zakona ili nekih drugih povreda i nepravilnosti Agencija isto tako može oduzeti dano odobrenje.⁷⁷

Kako bi se izbjegli prekidi u poslovanju i osigurao kontinuitet poslovanja i rad u skladu s ciljevima koji su postavljeni, Agencija za nadzor ima pravo da:⁷⁸

- s najavom ili bez, obavi provjeru i pregled knjiga i važnijih dokumenata društva ili da za to angažira neku stručnu osobu,
- traži od društva ispravak bilo kojeg donesenog akta koji nije u skladu sa zakonom ili kod većih neusklađenosti može obustaviti provođenje radnji ili postupaka,
- u korist osiguranika izda nalog za ulaganje i raspolaganje sredstvima osiguranja,
- u slučaju nedostatka ovlasti u određenim oblastima traži pomoć suda kako bi mogla poduzet daljnje akcije i mjere za određena društva,
- daje smjernice za primjenu zakona o osiguranju te može donositi nove pravilnike ili odluke i organizirati obuke djelatnika društva.

⁷⁷ Zakon FBiH: Zakon o osiguranju, Službene novine FBiH, čl 128, str. 127, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

⁷⁸ Zakon FBiH: Zakon o osiguranju, Službene novine FBiH, čl 128, str. 127, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

4. DRUŠTVENA ODGOVORNOST OSIGURAVAJUĆIH I REOSIGURAVAJUĆIH DRUŠTAVA U BiH

Društveno odgovorno poslovanje postaje sve zastupljenija tema i zbog rastuće implementacije u poslovanje dolazi do razvijanja računovodstva održivosti, koje prati takvu praksu, odnosno pozitivne i negativne učinke odgovornog poslovanja. Računovodstvo održivosti je zapravo nadopuna tradicionalnom finansijskom računovodstvu, a za cilj ima pomoći organizaciji u postavljanju smjernica i strategija, mjerenje učinaka, upravljanje promjenama te mora biti signal potencijalnim ulagačima kroz izvještavanje o praksi odgovornih aktivnosti.⁷⁹

U nastavku će se prikazati rezultati primjene izvještavanja društveno odgovornog poslovanja na internetskim stranicama osiguravajućih i reosiguravajućih društava koja djeluju na području Federacije i koja se nalaze u registru Agencije za osiguranje u Bosni i Hercegovini.

4.1. Osnovni podaci u osiguravajućim i reosiguravajućim društvima

U tablici 3 nalazi se popis osiguravajućih i reosiguravajućih društava koji su predmet istraživanja u ovom diplomskom radu. Prikazani su osnovni podaci o društvima, odnosno o obliku društva, sjedištu društva te godini osnivanja.

Najstarije osiguravajuće društvo je Sarajevo osiguranje osnovano davne 1945. godine, a slijede ga Bosna-Sunce osiguranje i Grawe osiguranje dok je najmlađe društvo, koje je osnovano 01.07.2016. godine, Central osiguranje. Sva društva su osnovana kao dionička društva i od 14 društava njih trinaest je osnovano kao osiguravajuća društva i jedno kao reosiguravajuće.

Tablica 3: Osiguravajuća i reosiguravajuća društva

R.B.	Naziv	Oblik trgovačkog Društva	Godina osnivanja	Sjedište
1.	Asa osiguranje	Dioničko društvo	2007.	Sarajevo
2.	Bosna Re osiguranje	Dioničko društvo	2004.	Sarajevo
3.	Bosna-Sunce osiguranje	Dioničko društvo	1978.	Sarajevo

⁷⁹ Rogošić A., Bekavac J. (2015): Izvještaj o društvenoj odgovornosti prema GRI smjernicama, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: <http://hrcak.srce.hr/144032>

4.	Camelija osiguranje	Dioničko društvo	1994.	Bihać
5.	Central osiguranje	Dioničko društvo	2016.	Sarajevo
6.	Croatia osiguranje	Dioničko društvo	1992.	Mostar
7.	Euroherc osiguranje	Dioničko društvo	1992.	Sarajevo
8.	Grawe osiguranje	Dioničko društvo	1988.	Sarajevo
9.	Merkur BH osiguranje	Dioničko društvo	2003.	Sarajevo
10.	Sarajevo osiguranje	Dioničko društvo	1945.	Sarajevo
11.	Triglav osiguranje	Dioničko društvo	1993.	Sarajevo
12.	Uniqa osiguranje	Dioničko društvo	1997.	Sarajevo
13.	VGT osiguranje	Dioničko društvo	1992.	Visoko
14.	Zovko osiguranje	Dioničko društvo	2000.	Žepče

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranica osiguravajućih društava

4.2. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti

Tablica 4 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti koji se sastoji od šest područja društveno odgovornog poslovanja i 24 aktivnosti koje su dodijeljene svakom području djelovanja.⁸⁰

Tablica 4: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti	
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava
	3. Sigurnost na radu
	4. Zapošljavanje
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi
	10. Donacije i sponzorstva sporta
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa
	12. Donacije humanitarnim organizacijama
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program
	14. Etički kodeks
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača
	16. Politika odnosa prema konkurenciji

⁸⁰ Indeks je kreiran tj. preuzet od Tee BeriĆ koja je istu temu pisala na uzorku hrvatskih osiguravajućih i reosiguravajućih društava kojeg je dobila kombinacijom Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti banaka (Identification of the Observed Social Disclosure Information) i stručne literature

Odnosi s klijentima	17.Nagrade
	18.Posebne usluge
Proizvodi/ usluge	19.Nagrade za proizvode/ usluge
	20.Razvoj proizvoda/ usluga
Zaštita okoliša	21.Donacije za ekološke projekte
	22.Interna politika zaštite okoliša
	23.Eksterna politika zaštite okoliša
	24.Posebni proizvodi za ekološke projekte

Izvor: Berić, T. (2016.): Društveno odgovorno poslovanje osiguravajućih i reosiguravajućih društava u RH, diplomski rad. Ekonomski fakultet Split, Split

Na službenih stranicama osiguravajućih i reosiguravajućih društava istražit će se izvještavaju li ona o društveno odgovornom poslovanju i u kojoj mjeri. Društvima će se dodjeljivati vrijednosti 0 ili 1, 0 ako društvo ne objavljuje informacije o određenoj aktivnosti i 1 ako objavljuje.

Najveća vrijednost koja može biti dodijeljena jednom društvu je 24 boda, što bi značilo da društvo izvještava o svim aktivnostima iz svih domena DOP-a, a najmanja 0 što bi značilo da društvo na svojoj službenoj stranici nema praksu izvještavanja o DOP-u (što nužno ne znači da ne primjenjuje odgovorno poslovanje). Ukupnim brojem bodova utvrditi će se koliko je izvještavanje zastupljeno u ovoj djelatnosti, o kojem području društveno odgovornog poslovanja se najviše izvještava, kolika je razina indeksa izvještavanja i da li osiguravajuća i reosiguravajuća društva u BiH imaju niži ili viši indeks izvještavanja u odnosu na osiguravajuća društva u RH.

Na temelju izrađenih tablica za osiguravajuća i reosiguravajuća društva dati će se osvrt o Indeksu izvještavanja o društvenoj odgovornosti, na temelju analize i prikupljenih podataka donijeti će se zaključak o kojem području društvene odgovornosti društva najviše izvještavaju, o koliko područja društvene odgovornosti koje društvo izvještava te će se izračunati prosječan broj bodova djelatnosti osiguranja u Bosni i Hercegovini.

Tablica 5 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za ASA osiguranje. Od ukupno 24 boda kojih može prikupiti društvo je dobilo 14 bodova, odnosno 58,33 % od ukupnog broja bodova što znači da poduzeće izvještava o društveno odgovornom poslovanju na svojoj internetskoj stranici, ali još uvijek ne iz svih domena.

Područje o kojem najviše izvještavaju je uključenost u zajednicu i dobročinstvo koje nosi 6 bodova, odnosno 25 % od ukupnog broja bodova, dok samo jedan bod, odnosno 4,17 % nose područja odnosa s klijentima i proizvoda/usluga. Asa osiguranje nema nijedan bod u samo jednoj domeni, a to je zaštita okoliša.

Tablica 5: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ASA osiguranja

ASA osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1.Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2.Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3.Sigurnost na radu	1		
	4.Zapošljavanje	1		
	5.Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6.Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		6
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje	1		
	9.Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11.Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12.Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13.Antikorupcijski program		0	2
	14.Etički kodeks	1		
	15.Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16.Politika odnosa prema konkurenciji	1		
Odnosi s klijentima	17.Nagrade		0	1
	18.Posebne usluge	1		
Proizvodi/ usluge	19.Nagrade za proizvode/ usluge		0	1
	20.Razvoj proizvoda/ usluga	1		
Zaštita okoliša	21.Donacije za ekološke projekte		0	0
	22.Interna politika zaštite okoliša		0	
	23.Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24.Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				14

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.asa.ba/>

Bosna reosiguranje je na temelju istraživanja web stranice prikupilo 7 od 24 boda što čini 29,17 % kao što prikazuje tablica 6. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti pokazuje da poduzeće najviše objavljuje informacije o ljudskim resursima što nosi 3 boda odnosno 12,5 %, zatim o poslovnoj strategiji i tržišnim odnosima što nosi 2 boda ili 8,33%, dok odnosi s klijentima te proizvodi i usluge nose po 1 bod što zajedno čini 8,33 %. O uključenosti u zajednicu i dobročinstvo i zaštiti okoliša osiguranje ne objavljuje informacije dostupne javnosti.

Tablica 6: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Bosna reosiguranja

Bosna Reosiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1.Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		3
	2.Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3.Sigurnost na radu		0	
	4.Zapošljavanje		0	
	5.Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6.Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje		0	
	9.Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11.Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12.Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13.Antikorupcijski program		0	2
	14.Etički kodeks		0	
	15.Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16.Politika odnosa prema konkurenciji	1		
Odnosi s klijentima	17.Nagrade		0	1
	18.Posebne usluge	1		
Proizvodi/ usluge	19.Nagrade za proizvode/ usluge		0	1
	20.Razvoj proizvoda/ usluga	1		
Zaštita okoliša	21.Donacije za ekološke projekte		0	0
	22.Interna politika zaštite okoliša		0	
	23.Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24.Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				7

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.bosnare.ba/>

Bosna Sunce osiguranje izvještava o tri područja društvene odgovornosti, ljudskim resursima, uključenosti u zajednicu i dobročinstvu i o proizvodima/uslugama. Društvo je prikupilo 3 boda od 24 odnosno 12,5 %. Područja o kojima izvještava na svojim internetskim stranicama nose po 1 bod tj. 4,16 % ili ukupno 12,5 % . Preostala tri područja o kojima osiguranje ne objavljuje podatke na svojim internetskim stranicama su poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima i zaštita okoliša.

Tablica 7: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Bosna Sunce osiguranja

Bosna Sunce osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1.Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	
	2.Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3.Sigurnost na radu		0	
	4.Zapošljavanje		0	
	5.Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	

	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		1
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	1
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/ usluge	19. Nagrade za proizvode/ usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/ usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				3

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.bosna-sunce.ba/>

Tablica 8 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti *Camelija osiguranja* koje je od ukupnih 24 boda prikupilo 0 bodova što znači da na internetskoj stranici nisu objavljeni nikakvi podatci o društvenom poslovanju.

Tablica 8: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Camelija osiguranja

Camelija osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)			0
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje		0	
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s	17. Nagrade		0	

klijentima	18.Posebne usluge		0	0
Proizvodi/ usluge	19.Nagrade za proizvode/ usluge		0	0
	20.Razvoj proizvoda/ usluga		0	
Zaštita okoliša	21.Donacije za ekološke projekte		0	0
	22.Interna politika zaštite okoliša		0	
	23.Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24.Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				0

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na:

<http://www.camelija-osiguranje.com/>

Central osiguranje na svojoj internetskoj stranici izvještava o društveno odgovornom poslovanju gotovo u svim domenama i njegov Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti nosi 12 bodova od ukupnih 24, odnosno 50 % što prikazuje tablica 9.

Aktivnosti o kojima najviše izvještava su s područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo što nosi 4 boda, odnosno 16,66 % te područja ljudskih resursa, poslovne strategije i tržišnih odnosa koje nose po 3 boda, odnosno zajedno 25 %. Područja odnosa s klijentima i proizvodi/usluge nose po 1 bod što zajedno čini 8,33 %, dok o području zaštite okoliša nisu pronađeni nikakvi podaci na internetskoj stranici.

Tablica 9: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Central osiguranja

Central osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1.Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		3
	2.Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3.Sigurnost na radu		0	
	4.Zapošljavanje	1		
	5.Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6.Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	4
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje		0	
	9.Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11.Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12.Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13.Antikorupcijski program		0	3
	14.Etički kodeks	1		
	15.Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16.Politika odnosa prema konkurenciji	1		
Odnosi s klijentima	17.Nagrade		0	1
	18.Posebne usluge	1		
Proizvodi/ usluge	19.Nagrade za proizvode/ usluge		0	1
	20.Razvoj proizvoda/ usluga	1		

Zaštita okoliša	21.Donacije za ekološke projekte		0	0
	22.Interna politika zaštite okoliša		0	
	23.Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24.Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				12

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.central-osiguranje.com/>

Croatia osiguranje je putem Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti dobilo 5 bodova od ukupnih 24 što iznosi 20,83 % te pokazuje da društvo izvještava o poduzetim aktivnostima iz područja ljudskih resursa koje nose 3 boda, odnosno 12,5 %, iz područja poslovne strategije i tržišnih odnosa te proizvoda/usluga sa po 1 bodom, odnosno 8,33 % ukupno. Tablica 10 prikazuje da osiguranje ne izvještava o uključenosti u zajednicu i o dobročinstvo, odnosima s klijentima te zaštiti okoliša.

Tablica 10: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Croatia osiguranja

Croatia osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1.Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		3
	2.Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3.Sigurnost na radu		0	
	4.Zapošljavanje	1		
	5.Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6.Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje		0	
	9.Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11.Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12.Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13.Antikorupcijski program		0	1
	14.Etički kodeks	1		
	15.Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16.Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17.Nagrade		0	0
	18.Posebne usluge		0	
Proizvodi/ usluge	19.Nagrade za proizvode/ usluge		0	1
	20.Razvoj proizvoda/ usluga	1		
Zaštita okoliša	21.Donacije za ekološke projekte		0	0
	22.Interna politika zaštite okoliša		0	
	23.Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24.Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				5

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://crosig.ba/>

Tablica 11 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti *Euroherc osiguranja* koji od 24 boda ima 5 što čini 20,83 %. Euroherc osiguranje izvještava najviše o domeni ljudskih resursa i odnosa s klijentima gdje ima 2 boda odnosno 8,33 % ili 16,6 % ukupno. Područje proizvoda i usluga ima 1 bod što je 4,16 % od ukupnih bodova. Osiguranje ne izvještava o aktivnostima uključenosti u zajednicu i dobročinstvo, poslovnoj strategiji i tržišnim odnosima te zaštiti okoliša.

Tablica 11: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Euroherc osiguranja

Euroherc osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		2
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		2
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/ usluge	19. Nagrade za proizvode/ usluge			1
	20. Razvoj proizvoda/ usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				5

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.euroherc.ba/>

Grawe osiguranje izvještava o svim područjima društvene odgovornosti na svojoj internetskoj stranici što iznosi 12 bodova od ukupnih 24 odnosno 54,16 % od ukupnog broja bodova. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti prikazan je u tablici 13 te prikazuje da su područja s najvećim brojem bodova uključenost u zajednicu i dobročinstvo te poslovna strategija i tržišni odnosi s 3 boda za svako područje odnosno 25% od ukupnih bodova.

Slijede područja ljudskih resursa, proizvodi/usluge i zaštita okoliša s 2 boda što čini 25% ukupnih bodova, te područje odnosi s klijentima s 1 bodom odnosno 4,16 % od ukupnih bodova.

Tablica 12: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Grawe osiguranja

Grawe osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1.Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		2
	2.Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3.Sigurnost na radu		0	
	4.Zapošljavanje	1		
	5.Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6.Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		3
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje		0	
	9.Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11.Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12.Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13.Antikorupcijski program		0	3
	14.Etički kodeks	1		
	15.Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16.Politika odnosa prema konkurenciji	1		
Odnosi s klijentima	17.Nagrade		0	1
	18.Posebne usluge	1		
Proizvodi/ usluge	19.Nagrade za proizvode/ usluge	1		2
	20.Razvoj proizvoda/ usluga	1		
Zaštita okoliša	21.Donacije za ekološke projekte	1		2
	22.Interna politika zaštite okoliša		0	
	23.Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24.Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				13

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.grawe.ba/ba/index.htm>

Merkur osiguranje izvještava o samo dva područja društvene odgovornosti, proizvodi/usluge i odnosi s klijentima te je ostvarilo 3 boda odnosno 12,5 %. Područje proizvodi/usluge nosi 2 boda što čini 8,33 % dok odnosi s klijentima nosi samo 1 bod odnosno 4,17 %. O četiri područja društvene odgovornosti osiguranja ne objavljuju informacije na svojim internetskim stranicama, a to su ljudski resursi, uključenosti u zajednicu i dobročinstvo, poslovnoj strategiji i tržišnim odnosima, te zaštiti okoliša.

Tablica 13: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Merkur osiguranja

Merkur osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1.Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	0
	2.Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3.Sigurnost na radu		0	
	4.Zapošljavanje		0	
	5.Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6.Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje		0	
	9.Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11.Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12.Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13.Antikorupcijski program		0	0
	14.Etički kodeks		0	
	15.Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16.Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17.Nagrade		0	1
	18.Posebne usluge	1		
Proizvodi/ usluge	19.Nagrade za proizvode/ usluge	1		2
	20.Razvoj proizvoda/ usluga	1		
Zaštita okoliša	21.Donacije za ekološke projekte		0	0
	22.Interna politika zaštite okoliša		0	
	23.Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24.Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				3

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.merkur.ba/cms/>

Sarajevo osiguranje izvještava o gotovo svim područjima društveno odgovornog poslovanja što mu nosi 14 bodova od ukupno 24 što čini 58,33%. Tablica 14 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sarajevo osiguranja gdje je prikazano o kojim aktivnostima društvene odgovornosti društvo izvještava.

Osiguranje najviše poduzetih aktivnosti objavljuje iz područja ljudskih resursa što nosi 5 bodova odnosno 20,83 %. Uključenost u zajednicu i dobročinstvo te poslovna strategija i tržišni odnosi nose 3 boda i čine ukupno 25 % dok proizvodi/usluge zauzimaju 8,33% a odnosi s klijentima 4,16% . O području zaštite okoliša nema objavljenih informacija na internetskoj stranici Sarajevo osiguranja.

Tablica 14: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sarajevo osiguranja

Sarajevo osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1.Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		5
	2.Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3.Sigurnost na radu	1		
	4.Zapošljavanje	1		
	5.Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6.Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	3
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje	1		
	9.Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11.Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12.Donacije humanitarnim organizacijama	1	0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13.Antikorupcijski program		0	3
	14.Etički kodeks	1		
	15.Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16.Politika odnosa prema konkurenciji	1		
Odnosi s klijentima	17.Nagrade		0	1
	18.Posebne usluge	1		
Proizvodi/ usluge	19.Nagrade za proizvode/ usluge	1		2
	20.Razvoj proizvoda/ usluga	1		
Zaštita okoliša	21.Donacije za ekološke projekte		0	0
	22.Interna politika zaštite okoliša		0	
	23.Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24.Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:		14		

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na:

<http://www.sarajevoosiguranje.ba/>

Triglav osiguranje je na temelju istraživanja na internetskoj stranice prikupilo 13 od 24 boda što čini 54,16 % kao što prikazuje tablica 16. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti pokazuje da poduzeće objavljuje informacije o ljudskim resursima što nosi 3 boda odnosno 12,5 % dok uključenosti u zajednicu i dobročinstvo zauzima 20,83%. Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge nose po 1 bod a zaštita okoliša 3 boda ili 12,5%. O poslovnoj strategiji i tržišnim odnosima nisu pronađene nikakve informacije na službenoj stranici.

Tablica 15: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Triglav osiguranja

Triglav osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1.Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		3
	2.Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3.Sigurnost na radu		0	
	4.Zapošljavanje	1		
	5.Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6.Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		5
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje	1		
	9.Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11.Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12.Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13.Antikorupcijski program		0	0
	14.Etički kodeks		0	
	15.Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16.Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17.Nagrade		0	1
	18.Posebne usluge	1		
Proizvodi/ usluge	19.Nagrade za proizvode/ usluge		0	1
	20.Razvoj proizvoda/ usluga	1		
Zaštita okoliša	21.Donacije za ekološke projekte	1		3
	22.Interna politika zaštite okoliša	1		
	23.Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24.Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				13

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na:<https://www.triglav.ba/>

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti *Uniqa osiguranja* od ukupno 24 iznosi 17 bodova što čini 70,83 %. Tablica 15 prikazuje da društvo izvještava o poduzetim aktivnostima društvene odgovornosti u svim područjima osim zaštite okoliša. Najviše objavljenih informacija je iz područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo koje nosi 6 bodova odnosno 25 %. Područje ljudskih resursa nosi 5 boda odnosno 20,83 %, dok poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima te proizvodi/usluge nose po 2 boda što zajedno čini 25 %. O području zaštite okoliša nisu pronađene nikakve informacije na službenoj stranici osiguranja.

Tablica 16: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Uniqa osiguranja

Uniqa osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1.Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		
	2.Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		

	3.Sigurnost na radu	1		
	4.Zapošljavanje	1		
	5.Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6.Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	5
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje	1		
	9.Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11.Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12.Donacije humanitarnim organizacijama	1		6
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13.Antikorupcijski program		0	
	14.Etički kodeks	1		
	15.Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16.Politika odnosa prema konkurenciji		0	2
Odnosi s klijentima	17.Nagrade	1		
	18.Posebne usluge	1		2
Proizvodi/ usluge	19.Nagrade za proizvode/ usluge	1		
	20.Razvoj proizvoda/ usluga	1		2
Zaštita okoliša	21.Donacije za ekološke projekte		0	
	22.Interna politika zaštite okoliša		0	
	23.Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24.Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	0
UKUPNO:				17

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.uniqa.ba/>

Tablica 17 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za *VGT osiguranje*. Od ukupno 24 boda kojih može prikupiti društvo je dobilo 9 bodova, odnosno 37,5 % od ukupnog broja bodova što znači da poduzeće izvještava o društveno odgovornom poslovanju na svojoj internetskoj stranici, ali ne obuhvaća sve aktivnosti.

Područje o kojem najviše izvještavaju su aktivnosti vezane za ljudske resurse što i nosi 4 boda, odnosno 16,6 % od ukupnog broja bodova, dok samo jedan bod, odnosno 12,5 % ukupno odlazi na područja uključenost u zajednicu i dobročinstvo, odnose s klijentima te proizvodi/usluge. O domeni zaštite okoliša nisu pronađene nikakve informacije a područje poslovne strategije i tržišnih odnosa je zauzelo 8,33% ili 2 boda.

Tablica 17: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti VGT osiguranja

VGT osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1.Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		
	2.Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3.Sigurnost na radu		0	

	4.Zapošljavanje	1		4
	5.Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6.Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	1
	8. Donacije za znanosti i obrazovanje	1		
	9.Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11.Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12.Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13.Antikorupcijski program		0	2
	14.Etički kodeks	1		
	15.Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16.Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17.Nagrade		0	1
	18.Posebne usluge	1		
Proizvodi/ usluge	19.Nagrade za proizvode/ usluge		0	1
	20.Razvoj proizvoda/ usluga	1		
Zaštita okoliša	21.Donacije za ekološke projekte		0	0
	22.Interna politika zaštite okoliša		0	
	23.Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24.Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				9

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.vgt.ba/>

Zovko osiguranje je putem Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti dobilo 14 bodova od ukupnih 24 što iznosi 58,33 % te pokazuje da društvo izvještava o poduzetim aktivnostima iz svih područja osim tržišnih odnosa i poslovnih strategija. Najviše podataka objavljuju o poduzetim aktivnostima iz područja dobročinstva i uključenosti u zajednicu sa 6 bodova ukupno ili 25%, zatim slijedi zaštita okoliša sa 3 boda ili 12,5 %, nakon toga ljudski resursi i odnosi s kupcima s 2 boda ili 16,6 % od ukupnih bodova i domena proizvodi/usluge s najmanje bodova i zastupljenosti od 4,16%.

Tablica 18: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Zovko osiguranja

Zovko osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1.Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		2
	2.Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3.Sigurnost na radu		0	
	4.Zapošljavanje	1		
	5.Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6.Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u	7. Donacije za zdravstvo	1		

zajednicu i dobročinstvo	8. Donacije za znanosti i obrazovanje	1		6
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		2
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/ usluge	19. Nagrade za proizvode/ usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/ usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte	1		3
	22. Interna politika zaštite okoliša	1		
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				14

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na:

<http://www.zovkoosiguranje.com/>

4.3. Rezultati istraživanja

Na temelju istraživanja na službenim stranicama osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Bosni i Hercegovini prikazati će se konačni rezultati koji će pokazati o kojim područjima društvene odgovornosti društva najviše izvještavaju, koliki broj društava izvještava o pojedinom području, o koliko područja na svojim službenim stranicama izvještava te će se donijeti prosječna ocjena djelatnosti koja je kreirana putem Indeksa izvještavanja o DOP-u.

U tablici 19 je dan prikaz broja društava koji izvještavaju o aktivnostima društvene odgovornosti i područja o kojima izvještavaju. Kao što je vidljivo skoro sva društva, čak njih 13 izvještavaju o području proizvoda/usluga. Također 12 društava izvještava o domeni ljudskih resursa, a 11 o odnosima s klijentima. Osiguravajuća i reosiguravajuća društva najmanje izvještavaju o aktivnostima zaštite okoliša.

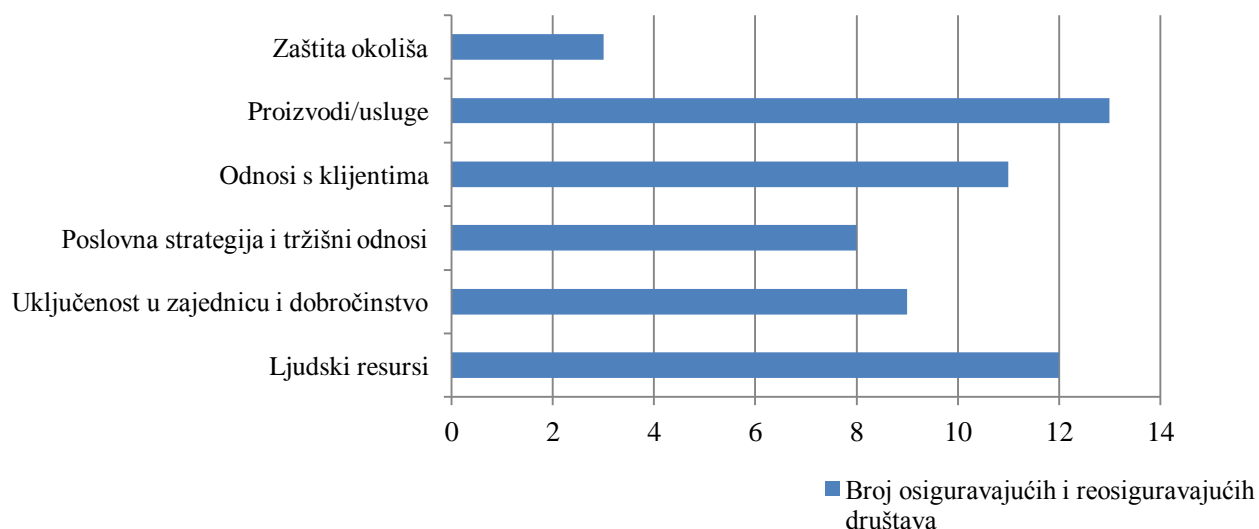
Tablica 19: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a

Područja društveno odgovornog poslovanja	Broj društava koja izvještavaju o pojedinom području
Ljudski resursi	12
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	9
Poslovna strategija i tržišni odnosi	8
Odnosi s klijentima	11

Proizvodi/usluge	13
Zaštita okoliša	3

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Na grafikonu 1 dan je prikaz gdje se lakše mogu usporediti razlike u izvještavanju o pojedinim područjima društvene odgovornosti.



Grafikon 1: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a

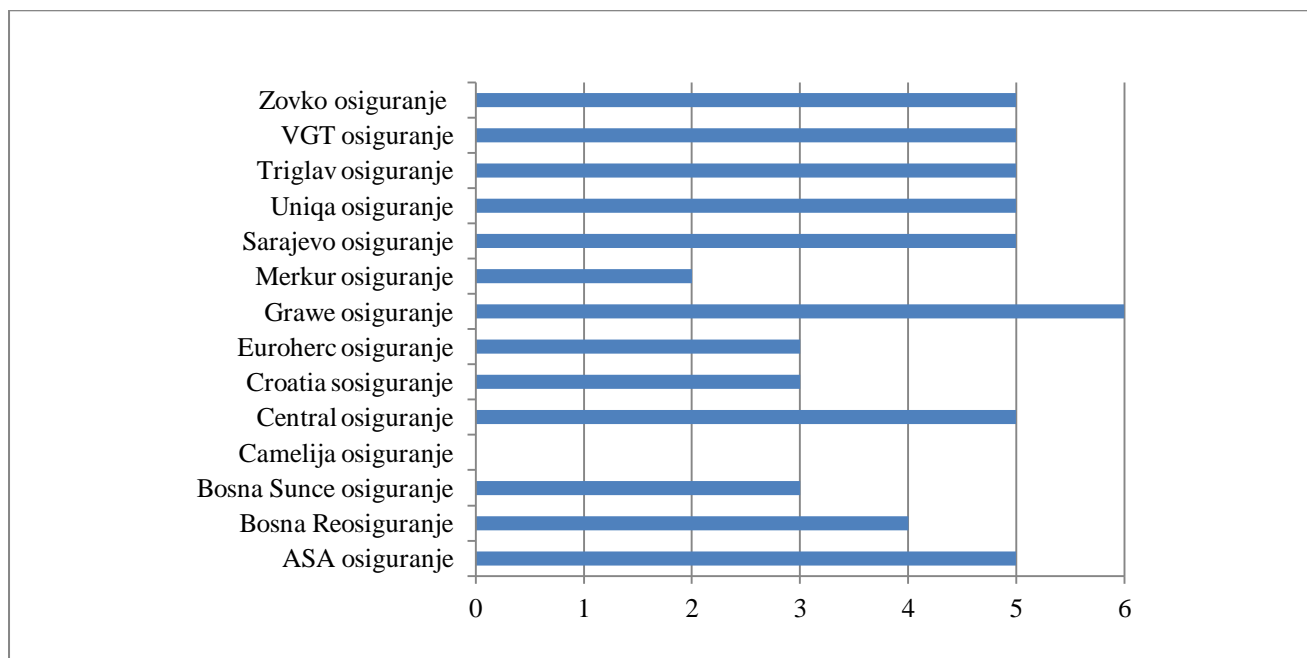
Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Tablica 20 i grafikon 2 prikazuju o koliko područja društveno odgovornog poslovanja osiguravajuća i reosiguravajuća društva izvještavaju. Može se vidjeti da samo jedno društvo izvještava o apsolutno svim područjima društvene odgovornosti na svojoj službenoj stranici, dok ih 5 izvještava o pet područja. Jedno društvo izvještava o 4 domene društveno odgovornog poslovanja i jedno o 2 domene dok tri društva izvještavaju o 3 domene. Samo jedno društvo na svojoj internetskoj stranici ne objavljuje nikakve podatke vezano za društveno poslovanje.

Tablica 20: Broj područja DOP-a o kojima osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava

Redni broj	Osiguravajuće/reosiguravajuće društvo	Broj područja društveno odgovornog poslovanja o kojima društvo izvještava
------------	---------------------------------------	---

1.	ASA osiguranje	5
2.	Bosna reosiguranje	4
3.	Bosna Sunce osiguranje	3
4.	Camelija osiguranje	0
5.	Central osiguranje	5
6.	Croatia osiguranje	3
7.	Euroherc osiguranje	3
8.	Grawe osiguranje	6
9.	Merkur osiguranje	2
10.	Sarajevo osiguranje	5
11.	Triglav osiguranje	5
12.	Uniqa osiguranje	5
13.	VGT osiguranje	5
14.	Zovko osiguranje	5



Grafikon 2: Broj područja DOP-a o kojima osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

U tablici 21 je prikazan broj bodova osiguravajućih i reosiguravajućih društava na temelju čega je kreiran prosječni broj bodova djelatnosti osiguranja i reosiguranja koji iznosi 9,21 što iznosi 38,39 %. Broj bodova govori da je izvještavanje o društvenoj odgovornosti prisutno u djelatnosti osiguranja i reosiguranja, ali je prosjek nizak s obzirom da je maksimalan broj bodova 24. Polovica društava, njih sedam odskoču od prosjeka i imaju visok broj bodova, dok s druge strane imamo polovicu društava s bodovima nižim od prosjeka. Društva koja se ističu po broju bodova su Uniqa osiguranje sa 17 bodova ili 70,83 %, ASA osiguranje, Sarajevo

osiguranje i Zovko osiguranje sa 14 bodova ili 58,33 %, slijede Triglav i Grawe osiguranje sa 13 bodova ili 54,16 % te Central osiguranje sa 12 bodova ili 50%.

Tablica 21: Prosječna ocjena djelatnosti osiguranja i reosiguranja

Redni broj	Osiguravajuće/reosiguravajuće društvo	Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti (Max. 24)
1.	ASA osiguranje	14
2.	Bosna reosiguranje	7
3.	Bosna Sunce osiguranje	3
4.	Camelija osiguranje	0
5.	Central osiguranje	12
6.	Croatia osiguranje	5
7.	Euroherc osiguranje	5
8.	Grawe osiguranje	13
9.	Merkur osiguranje	3
10.	Sarajevo osiguranje	14
11.	Triglav osiguranje	13
12.	Uniqa osiguranje	17
13.	VGT osiguranje	9
14.	Zovko osiguranje	14
UKUPNO (max.336):		129
PROSJEČNI BROJ BODOVA:		9,21

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja



Grafikon 3: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

4.4. Usporedba primjene društveno odgovornog poslovanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Bosni i Hercegovini s društvima u Republici Hrvatskoj

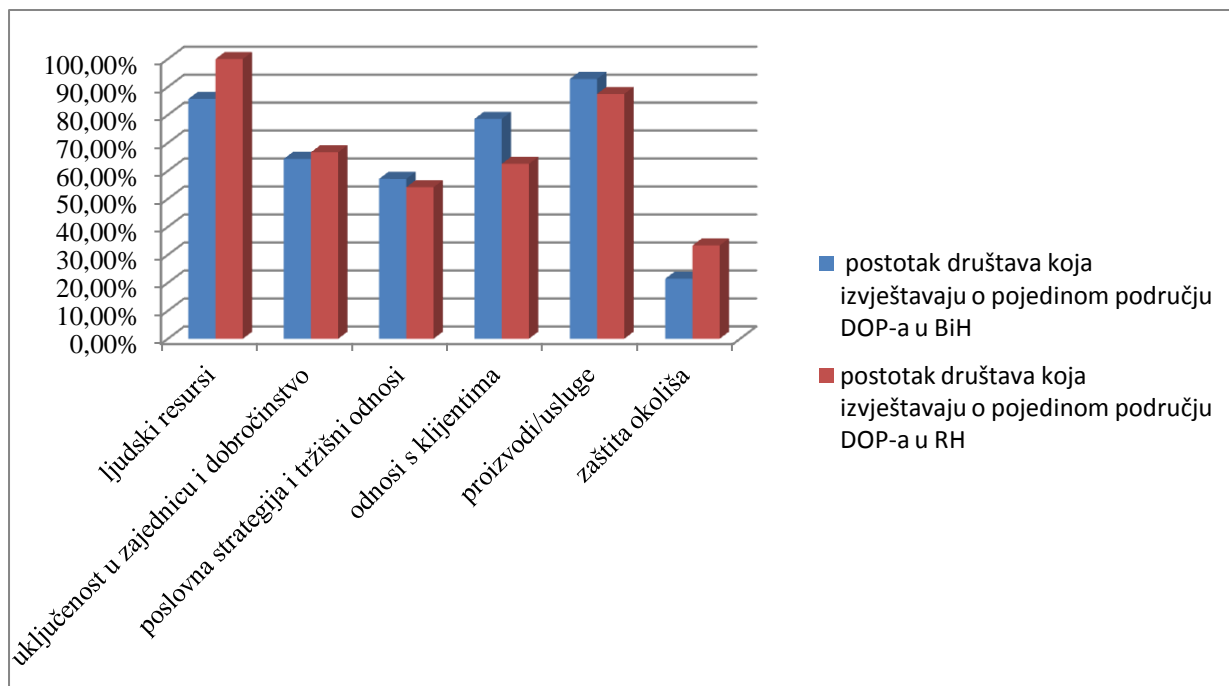
U Republici Hrvatskoj djeluje 24 društva za osiguranje i reosiguranje dok u Bosni i Hercegovini djelatnost osiguranja i reosiguranja obavlja 14 društava. U RH svako društvo minimalno izvještava o dva područja društvene odgovornosti a čak 6 ih izvještava o svim područjima društvenog poslovanja. Također nijedno društvo ne izvještava o samo jednom području ili nijednom. U Bosni i Hercegovini je statistika drukčija, imamo samo jedno društvo koje izvještava o svim područjima i isto tako jedno društvo koje na svojoj službenoj stranici ne objavljuje nikakve podatke o društveno odgovornom poslovanju.

U tablici 22 i na grafikonu 4 dan je prikaz broja društava koja izvještavaju o pojedinim područjima DOP-a. Vidljivo je da društva i u BiH i u RH najviše objavljuju podatke o društveno odgovornom poslovanju koje su vezane za domenu ljudskih resursa, proizvoda/usluga te odnosi s klijentima. S druge strane najmanje društava podatke objavljuju iz područja zaštite okoliša.

Tablica 22: Broj društava koja izvještavaju o pojedinom području u BiH i u RH

Područja društveno odgovornog poslovanja	Broj društava koja izvještavaju o pojedinom području u BiH	Postotak društava koja izvještavaju o pojedinom području u BiH	Broj društava koja izvještavaju o pojedinom području u RH	Postotak društava koja izvještavaju o pojedinom području u RH
Ljudski resursi	12	85,71%	24	100%
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	9	64,29%	16	66,66%
Poslovna strategija i tržišni odnosi	8	57,14%	13	54,16%
Odnosi s klijentima	11	78,57%	15	62,5%
Proizvodi/usluge	13	92,86%	21	87,5%
Zaštita okoliša	3	21,43%	8	33,33%
UKUPAN BROJ DRUŠTAVA:	14		24	

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja



Grafikon 4: Postotak društava koja izvještavaju o pojedinom području društvene odgovornosti

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

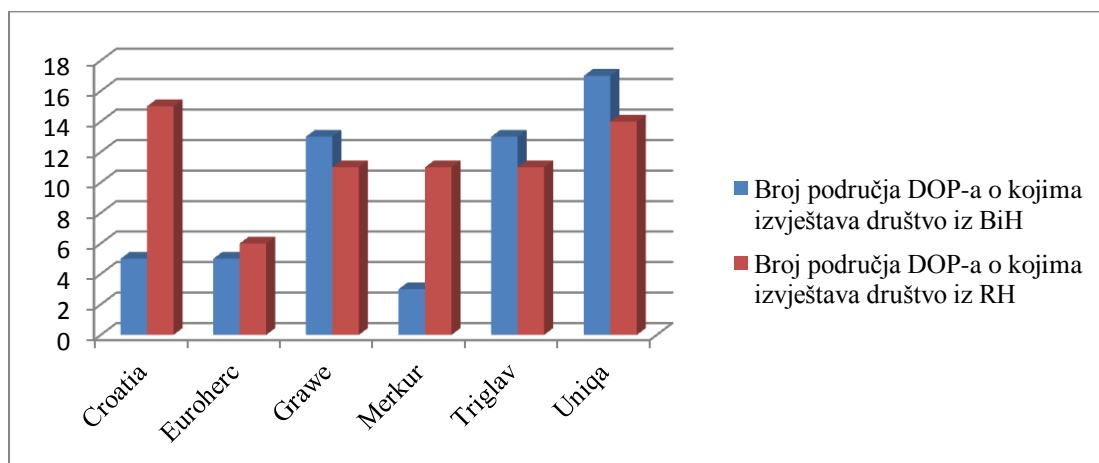
Prosječan broj bodova za djelatnost osiguranja i reosiguranja u RH iznosi 8,33 boda. Polovica osiguravajućih i reosiguravajućih društava ima broj bodova veći od prosjeka iako je manji broj onih koji znatno odskoču od prosjeka u pozitivnom smislu, a nešto veći broj onih društava koja se nalaze oko prosjeka ili ispod prosjeka. U BiH prosječan broj bodova iznosi 9,21 i isto kao u RH polovica društava ima broj bodova veći od prosjeka ali ne u značajnoj mjeri, dok druga polovica društava ima broj bodova koji se nalazi ispod prosjeka.

Zanimljiva je i razlika između broja bodova indeksa izvještavanja istih društava koja djeluju u RH i BiH i informacijama koje se objavljuju na službenim stranicama. Tako ista društva kao što su npr. Croatia osiguranje u RH koje ima 15 bodova a u BiH sa 5 bodova označava razliku jer je društvo u RH kategorizirano kao društvo koje izvještava skoro o svim aktivnostima DOP-a dok je u BiH obrnuto. Isti problem se javlja i kod Merkur osiguranja. Istraživanjem stranice osiguranja sa sjedištem u RH, društvu je dodijeljeno 11 bodova, dok je istraživanjem stranice društva sa sjedištem u BiH to isto društvo dobilo 3 boda. Između društava kao što su Uniq, Triglav, Grawe i Euroherc nisu pronađene bitne razlike.

Tablica 23: Broj područja DOP-a o koja izvještavaju ista društva iz BiH i RH

Naziv društva	Broj područja DOP-a o kojima izvještava društvo iz BiH	Broj područja DOP-a o kojima izvještava društvo iz RH
Croatia	5	15
Euroherc	5	6
Grawe	13	11
Merkur	3	11
Triglav	13	11
Uniq	17	14

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

**Grafikon 5: Broj područja DOP-a o koja izvještavaju ista društva iz BiH i RH**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

5. ZAKLJUČAK

Društveno odgovorno poslovanje je način poslovanja koji se integrira u strategiju i poslovanje društva s ciljem povećanja pozitivnih učinaka na društvo i okoliš, a temelji se na etičkom ponašanju i djelovanju u skladu sa zakonom. Današnje poslovno okruženje pogađaju brze promjene pa težnju za ostvarenjem profita zamjenjuje usmjerenost prema djelovanju koje donosi korist za sve uključene strane. Tako su i osiguravajuća i reosiguravajuća društva, čije je poslovanje i tema ovog istraživanja, prepoznala prednosti ovog načina nastupanja na tržištu i uvrstili ga u svoju poslovnu strategiju.

U empirijskom dijelu rada, istraživanjem koje je provedeno na službenim stranicama osiguravajućih i reosiguravajućih društava, ispitana je primjena društveno odgovornog poslovanja. Bodovanje rezultata uključilo je šesti područja društveno odgovornog poslovanja s pripadajuće 24 aktivnosti kojima se dodijelila vrijednost 0 ili 1, ovisno o tome primjenjuje li društvo određenu aktivnost. Tako je kreiran Indeks društvene odgovornosti za svako društvo. Rezultatima istraživanja dani su odgovori na istraživačka pitanja, a to je da čak 93 % društava u BiH na svojim stranicama objavljuje informacije o nekim aktivnostima odgovornog poslovanja, točnije njih 13 od 14. Što se tiče područja koje je najzastupljenije i o kojem društva najviše izvještavaju, svakako prednjače proizvodi i usluge. Zaključak je da poduzeća žele konkurirati među svojim klijentima na temelju nagrada za svoje usluge i proizvode te konstantnim ulaganjem u poboljšanje postojećih ili razvoj novih usluga.

Iduća domena društveno odgovornog poslovanja koja je najviše zastupljena su ljudski resursi, što znači da gotovo sva društva polaze od ljudi kao ključnog faktora za realizaciju društvene odgovornosti. Slijede područja odnosi s klijentima i uključenost u zajednicu i dobročinstvo o kojima izvještava skoro 2/3 društava. Društva njeguju odnose s klijentima kroz razne nagrade, kao što su kartice povjerenje, razni izleti, popusti kod drugih poduzeća koja nemaju veze s djelatnosti osiguranja. Isto tako doniraju u razne obrazovne i kulturne organizacije, pomažu potrebitima, sponzoriraju razne klubove, humanitarne organizacije i projekte.

Područje društvene odgovornosti o kojem se najmanje izvještava u djelatnosti osiguranja je zaštita okoliša. Tri osiguravajuća kuće izvještavaju na svojim stranicama o aktivnostima iz tog područja, što je poražavajuće s obzirom da zaštita okoliša postaje sastavni dio strategije poslovanja.

Istraživanjem su se utvrdile i različitosti u izvještavanju o društvenoj odgovornosti između društava. Samo nekolicina društava na svojim stranicama ima posebne odjeljke s rubrikama društveno odgovornog poslovanja, dok ostala te informacije objavljuju u sklopu misije, vizije i strategija poslovanja te u publikacijama. Također, jedno društvo na svojoj stranici nema objavljene nikakve podatke koji bi upućivali na oblik društvene odgovornosti, dok je kod nekih društveno poslovanje pokrepljeno primjerima kao npr. kod ASA osiguranja i Uniqa osiguranje.

Prosječan broj bodova za djelatnost osiguranja i reosiguranja u Bosni i Hercegovini iznosi 9,21. Polovica društava, njih sedam, odskake od prosjeka i imaju visok broj bodova, dok s druge strane imamo polovicu društava s bodovima nižim od prosjeka. Društva koja se ističu po broju bodova su Uniqa osiguranje sa 17 bodova, ASA osiguranje, Sarajevo osiguranje i Zovko osiguranje sa 14 bodova. Prosječan broj bodova govori da je društveno odgovorno poslovanje zastupljeno u djelatnosti i prihvaćeno od strane društava, ali ne u potpunom opsegu, što znači da društva moraju raditi na tom segmentu kako bi se ukladili s promjenama i izazovima koje donosi novo društvo i novi način poslovanja.

Usporedio se i način izvještavanja između društava u RH i BiH. U RH svako društvo minimalno izvještava o dva područja društvene odgovornosti, a čak 6 njih izvještava o svih područjima društvenog poslovanja. Također, nijedno društvo ne izvještava o samo jednom području ili nijednom. U Bosni i Hercegovini je statistika drukčija, postoji samo jedno društvo koje izvještava o svim područjima i isto tako jedno društvo koje na svojoj službenoj stranici ne objavljuje nikakve podatke o društveno odgovornom poslovanju. Društva i u BiH i u RH najviše objavljuju podatke o društveno odgovornom poslovanju, koji su vezane za domenu ljudskih resursa, proizvoda/usluga te odnose s klijentima. S druge strane, najmanje društava podatke objavljuju iz područja zaštite okoliša. U obje zemlje djeluju ista društva kao što je Croatia osiguranje, koje u RH koje ima 15 bodova, a u BiH 5 bodova, što označava razliku jer je društvo u RH kategorizirano kao društvo koje izvještava skoro o svim aktivnostima DOP-a, dok je u BiH obrnuto. Isti problem se javlja i kod Merkur osiguranja. Istraživanjem stranice osiguranja sa sjedištem u RH, društvu je dodijeljeno 11 bodova, dok je istraživanjem stranice društva sa sjedištem u BiH to isto društvo dobilo 3 boda. Između društava kao što su Uniqa, Triglav, Grawe i Euroherc nisu pronađene bitne razlike.

Može se zaključiti da će zbog svoje kompleksne uređenosti BiH trebati još mnogo vremena i zakonske regulative za razvoj i adekvatnu primjenu DOP-a. Tu se prije svega radi o pitanjima procesa koji podrazumijevaju suradnju zainteresiranih strana, jer profitni sektor zahtjeva podršku i ostalih sektora gospodarstva, te vlade, usvojenih norma i praksi i izvještavanja na kojima se u BiH treba raditi, ako se u budućnosti želi ostvariti razvoj društveno odgovornog poslovanja.

LITERATURA

Knjige i članci:

1. Bačun, D., Matešić, M., Omazić, M.A. (2012): Leksikon održivog razvoja, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb.
2. Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2006): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Zagreb: AED – Academy for Educational Development.
3. Bebek, B., Kolumbić, A. (2005): Poslovna etika, Sinergija, Zagreb
4. Bijelić, M. (2002): Osiguranje i reosiguranje, Tectus, Zagreb
5. Buble, M. (2006): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.
6. Ćatić-Kajtažović, E. (2011): Ekonomski i pravni okvir za implemetaciju društvene odgovornosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111773
7. Ćurak, M., Jakovčević, D. (2007) : Osiguranje i rizici , RRiF, Zagreb.
8. Glavočević, A., Radman Peša, A. (2013): Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti,OeconomicaJardertina,Sveučilište u Zadru, Zadar, Hrčak, [Internet], raspoloživo na:http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=170022
9. Grbac, B. (2005): Osvajanje ciljnog tržišta, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka
10. Grbac, B., Dlačić J., First, I. (2008): Marketing trendovi, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka
11. Hubak, D.M. (2010) : Marketinška dimenzija DOP-a, Hrčak, [Internet], raspoloživo na : <http://hrcak.srce.hr/136961>
12. Keller, L.K., Kotler, P. (2008) : Upravljanje marketingom, Mate d.o.o., Zagreb.
13. Krkač, K. (2007): Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, MATE d.o.o./ZŠEM, Zagreb
14. Kundid, A. (2012): Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=138611
15. Matešić, M., Pavlović, D, Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb
16. Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), ODRAZ, [Internet], raspoloživo na: <http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf>

17. Rogošić, A., Bekavac, J. (2015): Izvještaj o društvenoj odgovornosti prema GRI smjernicama, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: <http://hrcak.srce.hr/144032>
18. Tafr Vlahović, M.: Konceptualni okvir društveno odgovornog poslovanja, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=61695
19. Varićak, I., Petračić, M., Brajdić, A., (2012.): Zbornik veleučilišta u Karlovcu, Karlovac
20. Vrdoljak Raguž, I., Hazdovac K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa , Hrčak, [Internet], raspoloživo na: <http://hrcak.srce.hr/130001>
21. Zelenika, R. (1998): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka

Pravilnik/Zakon:

1. Zakon o osiguranju, [Internet], raspoloživo na: http://www.nados.ba/dokumenti/hr/zakon/Zakon_o_OsigurnjuHr_23_17.pdf

Izvor s Interneta:

1. Agencija za osiguranje u Bosni i Hercegovini, [Internet], raspoloživo na: http://www.azobih.gov.ba/cms/index.php?option=com_content&task=view&id=1&Itemid=122
2. Asa osiguranje d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na : <http://www.asa-osiguranje.ba/>
3. Bosna reosiguranje d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: <http://www.bosnare.com/>
4. Bosna-Sunce osiguranje d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: <http://www.bosna.ba/>
5. Camelija osiguranje d.d. Bihać, [Internet], raspoloživo na: <http://www.camelijIIosiguranje.com/>
6. Central osiguranje d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na : <http://www.central-osiguranje.com/>
7. Croatia osiguranje d.d. Mostar, [Internet], raspoloživo na: <http://www.crosig.ba/>
8. D.D za osiguranje "VGT" Visoko, [Internet], raspoloživo na: <http://www.vgt.ba/>
9. Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj, [Internet], raspoloživo na: <http://www.dop.hr/>
10. Euroherc osiguranje d.d Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: <http://www.euroherc.ba/>

11. Faveda biljna apoteka,[Internet], raspoloživo na: <http://www.faveda.ba/>
12. Grawe osiguranje d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: <http://www.grawe.ba/>
13. Merkur BH osiguranje d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: <http://www.merkur.ba/>
14. Sarajevo osiguranje d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: <http://www.sarajevoosiguranje.ba/>
15. Što je društvena odgovornost, [Internet], raspoloživo na: <http://www.pomakonline.com/content/view/100/60/>
16. Uniqa osiguranje d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: <http://www.uniqa.ba/>
17. Triglav osiguranje d.d., [Internet], raspoloživo na: <http://www.triglavbh.ba/>
18. <http://www.sif.ba/index.php?otvori=socijalno&prikazi=dop>
19. http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf
20. Zovko osiguranje d.d. Žepče, [Internet], raspoloživo na: <http://www.zovko.com/>

POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA

Popis tablica:

Tablica 1: Deset zapovjedi društvene odgovornosti poduzećaeije izričito zahtijeva.	11
Tablica 2: Suprotstavljeni modeli poslovanja prema Kreitneru.....	20
Tablica 3: Osiguravajuća i reosiguravajuća društva.....	41
Tablica 4: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti.....	42
Tablica 5: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ASA osiguranja	44
Tablica 6: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Bosna reosiguranja	45
Tablica 7: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Bosna Sunce osiguranja	45
Tablica 8: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Camelija osiguranja	46
Tablica 9: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Central osiguranja.....	47
Tablica 10: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Croatia osiguranja.....	48
Tablica 11: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Euroherc osiguranja	49
Tablica 12: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Grawe osiguranja.....	50
Tablica 13: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Merkur osiguranja	51
Tablica 14: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sarajevo osiguranja	52
Tablica 15: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Triglav osiguranja.....	53
Tablica 16: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Uniqa osiguranja.....	53
Tablica 17: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti VGT osiguranja	54
Tablica 18: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Zovko osiguranja	55
Tablica 19: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava koja izvještavaju o.....	56
pojedinom području DOP-a	56
Tablica 20: Broj područja DOP-a o kojima osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava	57
Tablica 21: Prosječna ocjena djelatnosti osiguranja i reosiguranja.....	59
Tablica 22: Broj društava koja izvještavaju o pojedinom području u BiH i u RH	60
Tablica 23: Broj područja DOP-a o koja izvještavaju ista društva iz BiH i RH.....	62

Popis slika:

Slika 1: Evolucija DOP-a.....	14
Slika 2: Hijerarhija društvene odgovornosti	17

Slika 3: Piramida društvene odgovornosti Archiea Carrola	18
Slika 4: Odgovor korporacije na društvene zahtjeve.....	21

Popis grafikona:

Grafikon 1: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a.....	57
Grafikon 2: Broj područja DOP-a o kojima osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava	58
Grafikon 3: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti	59
Grafikon 4: Postotak društava koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a	61
Grafikon 5: Broj područja DOP-a o koja izvještavaju ista društva iz BiH i RH	62

SAŽETAK

Društvena odgovornost je poslovni koncept koji postaje sve više zastupljen u poslovnoj strategiji organizacije. Ulaganje u društveno odgovorno poslovanje je investicija koja višestruko vraća uložene resurse i kapital.

Odgovorna praksa podrazumijeva odgovorno ponašanje tvrtke prema zajednici u svim poslovnim procesima i odražava potrebu da se čini nešto dobro i korisno, a da se pritom ne uspostavlja prave ili smislene poveznice između poslovnih i društvenih ciljeva i očekivanih koristi.

Radom se istražila primjena društveno odgovornog poslovanja odnosno zastupljenost izvještavanja javnosti o odgovornom poslovanju na službenim stranicama osiguravajućih i reosiguravajućih društava iz Bosne i Hercegovine. Istraživanjem se obuhvatilo 14 društava te su se bodovale aktivnosti iz šest domena društveno odgovornog poslovanja.

Analizom rezultata koji su dobiveni bodovanjem prema Indeksu društvene odgovornosti utvrdilo se da je praksa izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju prisutna u ovoj oblasti, te da društva izvještavaju o odgovornoj praksi na svojim službenim stranicama.

Ključni pojmovi: društveno odgovorno poslovanje, djelatnost osiguranja, Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti

SUMMARY

Social responsibility is a business concept which is becoming increasingly present in the business strategy of organizations. Investing in socially responsible management pays much more than is invested in resources and capital.

Responsible practice means responsible company behavior towards the community in all of its business processes and it reflects the need to do something good and useful, without making a real or meaningful connection between business and social goals and expected benefits.

This paper investigates the application of socially responsible management (SRM), more specifically the public reporting on responsible management on the official web sites of insurance and reinsurance companies from Bosnia and Herzegovina. The research was conducted on 14 companies and points were given in respect to activities from six domains of socially responsible management.

The analysis of the results obtained by assigning points according to the Index of social responsibility shows that the practice of reporting on SRM is present in this business field and that the companies report about responsible practice on their official web sites.

Key terms: corporate social responsibility, insurance industry, Index of reporting on social responsibility